

**STRATEGI PEMASARAN USAHA RUMAH MAKAN RAHAYU KERENG
PANGI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SI)



Disusun Oleh :

NUR HIDAYATI
NIM : 1402120382

IAIN INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

TAHUN AJARAN 1440 H / 2018 M

PERSETUJUAN SKRIPSI

PERSETUJUAN SKRIPSI

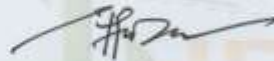
JUDUL : STRATEGI PEMASARAN USAHA RUMAH
MAKAN RAHAYU KERENG PANGI DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
NAMA : NUR HIDAYATI
NIM : 1402120382
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN : EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
JENJANG : STRATA SATU (SI)

Palangka Raya, Oktober 2018

Pembimbing I

Menyetujui,

Pembimbing II



Ali Sadikin, SE, M.Si
NIP: 19740201 199903 1 002

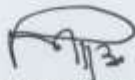


Muhammad Riza Hafizi, M.Sc
NIP: 19880617 201609 2 422

Mengetahui

Dekan
Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam

Plt. Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah



Dra. H. Rahmaniar, M.Si
NIP: 19540630 198103 2 001



Ali Sadikin, SE, M.Si
NIP: 19740201 199903 1 002

NOTA DINAS

NOTA DINAS

Hal: Mohon Dimunaqasyahkan
Skripsi Saudari Nur Hidayati

Palangka Raya, Oktober 2018

Kepada

Yth. Ketua Panitia Sidang Skripsi
Jurusan FEBI IAIN Palangka Raya
di-
Palangka Raya

Assalamu'alaikum Wr,Wb

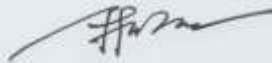
Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

NAMA : Nur Hidayati
NIM : 1402120382
Judul : STRATEGI PEMASARAN USAHA RUMAH MAKAN
RAHAYU KERENG PANGI DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM

Sudah dapat dimunaqasyahkan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).
Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr,Wb.

Pembimbing I



Ali Sadikin, SE, MSI

NIP: 19740201 199903 1 002

Pembimbing II



Muhammad Riza Hafizi, M.Sc

NIP: 19880617 201609 2 422

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **STRATEGI PEMASARAN USAHA RUMAH MAKAN RAHAYU KERENG PANGI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI** oleh Nur Hidayati NIM: 1402120382 telah dimunaqasyahka pada Tim Munaqasyah Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 24 Oktober 2018

Palangka Raya, 24 Oktober 2018

Tim Penguji:

1. **Dra. Hj. Rahmaniar, M.SI**

Ketua Sidang/Anggota

2. **Endriko Tedja Sukmana, M.SI**

Penguji I/ Anggota

3. **Ali Sadikin, SE, M.SI**

Penguji II/ Anggota

4. **Muhammad Riza Hafizi, M.Se**

Sekretaris/Anggota

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

DRA.HJ. RAHMANIAR, M.SI
NIP. 19540630 198103 2 001

STRATEGI PEMASARAN USAHA RUMAH MAKAN RAHAYU KERENG PANGI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

ABSTRAK

Oleh : Nur Hidayati

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan konsumen terhadap rumah makan di jalur trans Kalimantan khususnya di Kalimantan Tengah. Rumusan masalah dalam Penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi? (2) Bagaimana strategi pemasaran Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dalam perspektif ekonomi Islam?.

Jenis Penelitian ini adalah Penelitian kualitatif deskriptif. Subjek dalam Penelitian ini adalah pengelola, karyawan, dan konsumen dari rumah makan. Objek Penelitian ini adalah penerapan strategi pemasaran usaha rumah makan dalam perspektif ekonomi Islam. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis data kualitatif.

Berdasarkan hasil Penelitian menyatakan bahwa strategi pemasaran Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dilakukan dengan menerapkan konsep 4P yaitu: (1) Product (produk), dengan menyediakan produk makanan yang beragam dan berkualitas. (2) Price (harga), dengan menawarkan harga yang terjangkau. (3) Place (tempat), dengan menyediakan tempat yang nyaman dengan fasilitas yang lengkap. (4) Promotion (promosi), dengan cara menjalin kerjasama dengan para supir bus dan travel yang melintasi jalur trans Kalimantan. Strategi pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dalam perspektif Islam berpegang pada lima konsep muamalah yang diajarkan oleh Rasulullah SAW yaitu: 1) Jujur dalam berbisnis, mulai dari pemilihan bahan hingga pengolahan makanan, juga dalam penetapan harga. 2) Dengan ikhlas menyediakan fasilitas umum yang dapat digunakan setiap saat oleh para konsumen. 3) Profesionalisme dalam melayani konsumen baik dari segi citarasa, fasilitas, dan pelayanan. 4) Selalu menjaga hubungan silaturahmi dengan masyarakat sekitar, supplier bahan makanan, juga relasi kerja seperti supir bus antar kota antar provinsi, dan tentunya dengan konsumen. 5) Murah hati dalam setiap kesempatan, baik dengan masyarakat sekitar maupun dengan konsumen.

Kata Kunci : strategi, pemasaran, rumah makan, ekonomi, Islam

MARKETING STRATEGY OF RAHAYU KERENG PANGI RESTAURANT IN THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC ECONOMICS

ABSTRACT

By : Nur Hidayati

This research is motivated by the consumer's need for restaurants on the trans Kalimantan route, especially in Central Kalimantan. The formulation of the problem in this study is: First, How is the marketing strategy of the Rahayu Kereng Pangi Restaurant business?. Second, What is the marketing strategy of Rahayu Kereng Pangi Restaurant in the perspective of Islamic economics?

This type of research is descriptive qualitative research. Subjects in this study were managers, employees, and consumers of restaurants. The object of this research is the application of the marketing strategy of a restaurant business in an Islamic economic perspective. Data collection techniques use methods of observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques using qualitative data analysis.

Based on the results of the study stated that the marketing strategy of Rahayu Kereng Pangi restaurant was done in apply the concept of 4P, namely: First is Product (product), by providing various and quality food products. Second is Price (price), by offering affordable prices. Third is Place (place), by providing a comfortable place with complete facilities. Fourth is Promotion (promotion), by establishing cooperation with bus and travel drivers who cross the trans Kalimantan route. The marketing strategy of Rahayu Kereng Pangi's restaurant business in the Islamic perspective adheres to the five concepts of muamalah taught by the Messenger of Rasullullah SAW, namely: First is Honesty in doing business, starting from the selection of ingredients to processing food, also in pricing. Second, sincerely provide public facilities that can be used at any time by consumers. Third, Professionalism in serving consumers both in terms of taste, facilities and service. Fourth, Always maintain good relations with the surrounding community, food ingredients suppliers, as well as work relationships such as bus drivers between cities between provinces, and of course with consumers. Fifth, Generous in every opportunity, both with the surrounding community and with consumers.

Keywords: strategy, marketing, restaurant, economic, Islamic

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمَ الرَّحْمَنُ اللَّهُ بِسْمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan kepada-Nya pula kita memohon pertolongan, atas limpahan taufiq, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **STRATEGI PEMASARAN USAHA RUMAH MAKAN RAHAYU KERENG PANGI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**” dengan lancar. Shalawat serta salam kepada Nabi Junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW, Khatamun Nabiyyin, beserta para keluarga dan sahabat serta seluruh pengikut beliau *illa yaumul qiyamah*.

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan ribuan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ibnu Elmi AS Pelu, SH, MH selaku Rektor IAIN Palangka Raya.
2. Ibu Dra. Hj. Rahmانيar, M.SI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Palangka Raya.
3. Bapak Ali Sadikin M.S. Iselaku Dosen Pembimbing I yang telah ikhlas bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
4. Bapak M. Riza Hafizi, M.Sc selaku dosen pembimbing II yang telah ikhlas bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses menyusun skripsi ini hingga dapat terselesaikan.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan seluruh staf yang ada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menjalani perkuliahan.
6. Ucapan terima kasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada kedua orang tua, berkat do'a dan motivasinya yang tiada henti.
7. Seluruh teman-teman mahasiswa ESY tahun angkatan 2014 yang telah membantu penulis selama Penelitian.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Semoga karya ilmiah skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi semua pihak serta dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamua'alaikum warahmatullah wabarakatuh.

Palangka Raya, Oktober 2018

Penulis

Nur Hidayati
NIM. 140 2120 382

PERNYATAAN ORISINILITAS

PERNYATAAN ORISINILITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang saya tulis dengan judul “ **STRATEGI PEMASARAN USAHA RUMAH MAKAN RAHAYU KERENG PANGI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**” adalah benar-benar karya saya sendiri dan bukan hasil jiplakan dari karya orang lain dengan yang tidak sesuai dengan etika keilmuan. Jika kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran maka saya siap menanggung resiko sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Palangka Raya, Oktober 2018
Yang membuat pernyataan



Nur Hidayati
NIM:1402120382

MOTTO

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ۖ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ۚ

Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya pula



PERSEMBAHAN

Tiada daya dan uaya melaikan atas kehendak tuhan yang maha pengasih lagi maha penyayang tanpa seizin-Nya penulis tidak bisa berbuat apa-apa oleh karena itu, atas seizin-Nya ku persembahkan skripsi ini untuk :

1. Mama dan Babah, Rumiya dan Madiun Kesan begitu dalam kuungkapkan rasa terima kasih kepada mama dan babah yang selama ini telah memberikan kasih sayang, doa, dan semangat yang tiada hentinya seperti yang mama dan babah harapkan.
2. Kakak-kakaku tersayang, Sri Yanti, Rusmini, Nor Rapi'ah, Rustam, Nur Hayati, Triono dan Arbain yang selalu memotivasi dan mendukungku.
3. Keponakan-keponakanku yang lucu-lucu, Indah Amelia, Nur Azizah, Nur Radiatul Latifah, Adelia Hanifa, M. Khusyairi, Salsabila, Akhmad Nizam Ramadhan, Nur Afifah, M. Nur Faiz, Muhammad Algifari, Akhmad Safari Ramadhan dan Dinda Nur Aini yang selalu menghiburku.
4. Kedua sahabatku Mutaharah dan Susan Novita Sari, S.P.d yang selalu memberikan motivasi kepadaku selama ini.
5. Teman spesialku Edi Rusmanto, S.P, yang selalu memotivasiku untuk menyelesaikan tugas akhirku.
6. Seluruh teman-teman mahasiswa ESY tahun angkatan 2014 arahan dan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	b	Be
ت	<i>Tā'</i>	t	Te
ث	<i>Śā'</i>	ś	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	j	Je
ح	<i>Hā'</i>	h .	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	d	De
ذ	<i>Żal</i>	ż	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	r	Er
ز	<i>Zai</i>	z	Zet
س	<i>Sīn</i>	s	Es
ش	<i>Syīn</i>	sy	es dan ye
ص	<i>Şād</i>	ş	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	d .	de titik di bawah
ط	<i>Tā'</i>	ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>Zā'</i>	z .	zet titik di bawah
ع	<i>'Ayn</i>	... ' ...	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	g	Ge
ف	<i>Fā'</i>	f	Ef
ق	<i>Qāf</i>	q	Qi
ك	<i>Kāf</i>	k	Ka

ل	<i>Lām</i>	l	El
م	<i>Mīm</i>	m	Em
ن	<i>Nūn</i>	n	En
و	<i>Waw</i>	w	We
ه	<i>Hā'</i>	h	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	...'	Apostrof
ي	<i>Yā</i>	y	Ye

B. Konsonan rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap:

متعاقدين	Ditulis	<i>muta'āqqidīn</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbūtah* di akhir kata.

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة	Ditulis	<i>hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

اللهنعة	Ditulis	<i>ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul-ḥitri</i>

D. Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	A
ِ	Kasrah	ditulis	I
ُ	Dammah	ditulis	U

E. Vokal panjang:

Fathah + alif	ditulis	Ā
جاهلية	ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	ditulis	Ā
يسعي	ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	ditulis	Ī
مجيد	ditulis	<i>Majīd</i>
Dammah + wawu mati	ditulis	Ū
فروض	ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal rangkap:

Fathah + ya' mati	ditulis	Ai
بينكم	ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	ditulis	Au
قول	ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof.

انتم	ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penelitian kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut Penelitiannya.

ذوى الفروض	ditulis	<i>zawī al-furūd</i>
اهل السنة	ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
NOTA DINAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN ORISINILITAS.....	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xi
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii

BAB IPENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Hasil Penelitian.....	6
E. Sistematika Penelitian.....	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu	8
B. Deskripsi Teoritik	12
1. Teori Strategi Pemasaran	12
2. Teori Strategi Pemasaran dalam Ekonomi Islam.....	14
3. Teori Bauran Pemasaran.....	15
4. Teori Rumah Makan	22
C. Kerangka Berfikir	23

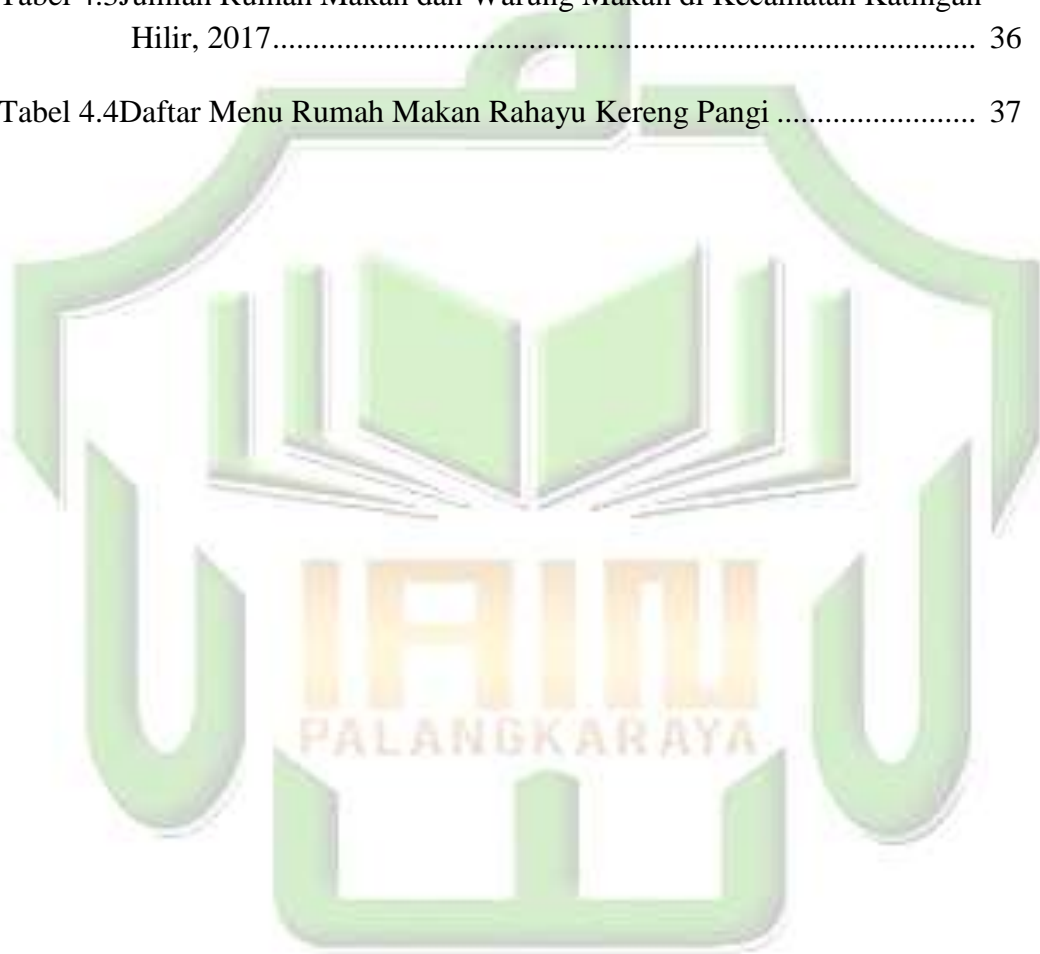
BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	25
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian	25

C. Subjek dan Objek Penelitian.....	27
D. Teknik Pengumpulan Data.....	28
E. Pengabsahan Data	30
F. Teknik Analisis Data	31
BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	33
1. Kabupaten Katingan	33
2. Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi.....	36
B. Penyajian Data	38
C. Analisis Data.....	83
1. Strategi Pemasaran Usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi	86
2. Strategi Pemasaran Usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dalam Perspektif Ekonomi Islam	97
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	109
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	11
Tabel 4.1 Data Indikator Kependudukan Kabupaten Katingan 2015-2017	34
Tabel 4.2 Banyaknya Penduduk menurut Desa dan Jenis Kelamin di Kecamatan Katingan Hilir 2017	35
Tabel 4.3 Jumlah Rumah Makan dan Warung Makan di Kecamatan Katingan Hilir, 2017	36
Tabel 4.4 Daftar Menu Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi	37



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan suatu organisasi atau lembaga yang mempunyai sifat dinamis atau dapat menyesuaikan diri kepada perubahan atau perkembangan yang terjadi. Pada dasarnya usaha didirikan guna mencapai tujuan, untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan berusaha semaksimal mungkin dan seefisien mungkin sehingga kestabilan kontinuitas perusahaan dapat berlangsung dengan baik. Mutu dan kualitas yang lebih baik maka konsumen akan merasa lebih puas dan selalu berkeinginan untuk menggunakan produk tersebut. Disamping itu juga diperlukan strategi pemasaran yang baik. Strategi adalah kerangka acuan yang ebritegrasi dan komperehensif yang mengarahkan pilihan-pilihan yang menentukan bentuk dan arah aktifitas-aktifitas organisasi menuju pencapaian tujuan-tujuannya.¹

Pertumbuhan ekonomi dan perubahan lingkungan yang cepat, mengharuskan perusahaan untuk secara kontinyu memantau dan menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar. Perusahaan harus lebih kreatif dalam merancang dan memutuskan misi bisnis dan strategi pemasaran yang akan diterapkan di lapangan untuk bisa mengantisipasi berbagai macam perubahan yang akan terjadi, serta dapat terus berkompetisi dan bergerak searah dengan kegiatan konsumen, karena pada dasarnya fungsi perusahaan adalah memproduksi

¹ Henry Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: STIE TKPN, 1997, h, 9.

barang dan jasa yang dapat diterima konsumen sekaligus dapat memenuhi keinginan konsumen, dengan tujuan untuk memperoleh laba sesuai dengan keinginan perusahaan dan untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus melakukan kegiatan pemasaran terhadap produk dan jasa yang dihasilkannya.²

Perkembangan bisnis saat ini semakin hari semakin kompleks. Hampir setiap hari kita lihat dalam dunia bisnis seperti pembelian barang atau jasa. Berbagai macam kebutuhan hidup dan fisik maupun psikologis harus kita penuhi setiap harinya. Saat ini persaingan bisnis harus transparan dan konsisten dalam memenuhi kebutuhan konsumennya, disamping mereka harus berlomba dengan pesaing untuk mempertahankan citra rasa terhadap konsumennya, salah satunya di industri jasa rumah makan. Pada industri layanan jasa menjadi poin utama sebagai kekuatan dari eksistensi sebuah perusahaan dalam bersaing. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa mempunyai peluang besar untuk berkembang dengan pesat jika perusahaan mempunyai kemampuan memenuhi harapan para konsumennya. Perkembangan ini tentunya juga tidak hanya disebabkan oleh satu faktor penentu saja, namun banyak aspek-aspek yang perlu diperhitungkan untuk menarik dan minat calon konsumen untuk menjadi konsumen tetap yaitu seperti pelanggan setia.

Pemasaran adalah sebuah sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan produk, harga, promosi, dan mendistribusikan barang/jasa

²Kompas, *Rahasia Sukses Wirausaha*, Jakarta: Majalah Kompas, 2007, h. 9

serta barang-barang pemuas keinginan pasar.³Defenisi strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan atau usaha dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.⁴

Melakukan kegiatan pemasaran, ada beberapa tujuan yang akan dicapai. Baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang, jangka pendek bisaanya untuk menarik hati konsumen. Sedangkan jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis dan mempertahankan konsumen.⁵Jika konsumen puas terhadap suatu barang atau produk maupun pelayanan perusahaan tersebut maka konsumen akan melakukan pembelian ulang. Jika konsumen tidak puas maka konsumen tidak melakukan pembelian ulang dan akan memberikan reaksi negatif serta menginformasikan reaksi negatif itu kepada keluarga, sahabatnya, sehingga pemasaran produk tersebut tidak mencapai sasaran.

Rasa puas dan tidak puas konsumen terletak pada hubungan antara harapan konsumen dengan prestasi yang diterima dari produk atau jasa.⁶ Di lain pihak sebuah produk atau jasa melebihi harapan konsumen, dan konsumen akan merasa puas terhadap produk atau jasa. Ada sebuah istilah dalam dunia bisnis yaitu "*pelanggan adalah raja*". Artinya tanpa pelanggan/konsumen perusahaan sehebat apapun tidak akan mampu menjalankan usahanya.

³Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasarn*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2002, Cet Ke-2 h. 3

⁴Bukhari Alma, *Kewirausahaan*, Bandung : Alfabeta, 2008, h. 195

⁵Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005, Cet. Ke-2, h. 59-60

⁶Philip Kotler, *Marketing*, h. 80

Persaingan yang semakin ketat dalam memperebutkan pasar serta keinginan perusahaan untuk mengembangkan usahanya, yang mengharuskan perusahaan untuk melakukan analisis strategi pemasaran yang sesuai untuk mengatasi permasalahan tersebut.⁷

Strategi yang jelas dan tegas akan dapat merumuskan perkiraan terhadap perubahan lingkungan secara cepat dan tepat, baik yang menyangkut aspek-aspek internal maupun eksternal perusahaan sehingga perusahaan dapat mengambil tindakan lebih dini terhadap perubahan-perubahan tersebut.

Indonesia adalah merupakan negara yang memiliki keanekaragaman jenis kuliner yang dapat dikembangkan. Hal ini mengindikasikan bahwa Indonesia memiliki potensi yang besar pada bisnis makanan yang menjadi khas dan keistimewaan dari berbagai daerah Indonesia. Potensi rumah makan yang besar tersebut dapat menjadikan sebuah peluang untuk mengembangkan usaha.

Rumah makan merupakan tempat yang dikunjungi orang untuk mencari berbagai macam makanan dan minuman. Rumah makan biasanya juga menyuguhkan keunikan tersendiri sebagai daya tariknya, baik melalui menu masakan, hiburan maupun tampilan fisik bangunan.

Palangka Raya merupakan Ibu Kota dari Provinsi Kalimantan Tengah yang memiliki jumlah penduduk berdasarkan data sensus tahun 2010-2016 sebanyak 267.757 jiwa.⁸ yang mana kebanyakan rute menuju kota Palangka Raya yaitu dengan alternatif jalan darat trans Kalimantan ini banyak dilalui bus,

⁷Arik Adi Wijaya, "*Analisis Strategi Pemasaran Makanan Tradisional*" Skripsi Sarjana, Jember: Universitas Jember, 2003, h. 4. t.d

⁸ Proyeksi Penduduk kabupaten/ Kota Provinsi Kalimantan Tengah, 2010-2020, BPS Kota Palangka Raya.

travel dan kendaraan roda empat. Oleh karena itu, Keberadaan Rumah Makan Rahayu di Kereng Pangi KM 17 Katingan Hilir Kabupaten Katingan Kalimantan Tengah ini sangat dibutuhkan oleh sebagian masyarakat menjadikan tempat persinggahan seperti travel, bus dan kendaraan roda dua yang melakukan perjalanan dari Palangka Raya ke kota Sampit dan Pangkalan Bun begitu juga sebaliknya. Adapun setiap bus yang berhenti di Rumah Makan Rahayu di kereng pangi ini yang penulis amati yaitu setiap sopir dari bus/ travel itu mendapatkan rokok dan makan gratis. Rumah Makan Rahayu di kereng pangi ini juga merupakan salah satu rumah makan yang sangat diminati pengunjung. Dengan tingkat frekuensi pengunjung yang sangat tinggi yang menjadikan Rumah Makan Rahayu ini dikunjungi dari setiap waktu ke waktu sampai tiada hentinya dan pengunjung yang datang juga silih berganti.⁹

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana **“Strategi Pemasaran Usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi Dalam Perspektif Ekonomi Islam”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas maka rumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimana Strategi Pemasaran Usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi?
2. Bagaimana Strategi Pemasaran Usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi Dalam Perspektif Ekonomi Islam ?

⁹Hasil Observasi Rumah Makan Rahayu di Kereng Pangi, Pada hari Minggu, tanggal 15 April 2018 pukul 10.33 Wib

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Bagaimana Strategi Pemasaran Usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi .
2. Untuk mengetahui Bagaimana Strategi Pemasaran Usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan menyumbangkan khazanah ilmu pengetahuan kepada para akademisi guna mengetahui tentang strategi pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi KM 17 Katingan Hilir Kabupaten Katingan Kalimantan Tengah.

2. Kegunaan Praktis

Bagi Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi KM 17 Katingan Hilir Kabupaten Katingan Kalimantan Tengah. Hasil Penelitian ini diharapkan bagi pemilik Rumah Makan Rahayu dalam menerapkan strategi pemasaran yang baik dan tepat.

E. Sistematika Penelitian

Sistematika pembahasan dalam Penelitian ini, dibagi menjadi 5 bagian, yaitu:

Bab pertama, pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, digambarkan secara global penyebab serta alasan-alasan yang memotivasi penulis untuk melakukan Penelitian ini. Setelah itu, diidentifikasi dan dirumuskan secara sistematis mengenai masalah yang akan dikaji.

Bab kedua berupa kajian pustaka yang berisi tentang Penelitian terdahulu dan deskripsi teori yang berisi uraian tinjauan tentang.

Bab ketiga berupa metode Penelitian yang berisi uraian tentang jenis Penelitian, lokasi Penelitian, obyek dan subyek Penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

Bab keempat berupa Hasil Penelitian dan Pembahasan. Pada bab ini akan dipaparkan data-data hasil Penelitian secara rinci dan menyeluruh.

Bab kelima berisi Kesimpulan. Pada bab ini merupakan uraian akhir dari Penelitian yang dilakukan. Bab ini terbagi atas bagian kesimpulan dan saran dari penulis.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Untuk memulai sebuah penelitian diperlukan eksplorasi terhadap Penelitian-Penelitian terdahulu dengan tujuan menegaskan keaslian Penelitian penulis sekaligus sebagai materi pendukung dan bahan studi perbandingan. Berdasarkan hasil Penelitian terdahulu dengan memiliki beberapa materi terkait pembahasan, walaupun terdapat keterkaitan pembahasan penelitian ini masih sangat berbeda dengan Penelitian yang akan diteliti. Adapun beberapa Penelitian yang ditemukan dari berbagai sumber diantaranya:

Penelitian Pertama, Skripsi yang ditulis pada tahun 2009 di Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta oleh Anwar Manan Latief dengan judul “*Strategi Pemasaran Rumah Makan Wong Solo (Studi Kasus Rumah Makan Wong Solo Cabang Pondok Gede Jakarta Timur)*”, Bagaimana kondisi lingkungan internal dan eksternal, bagaimana bauran pemasaran yang dijalankan oleh pihak manajemen dan strategi pemasaran seperti apakah yang harus diterapkan oleh Rumah Makan Wong Solo cabang Pondok Gede. Hasil Penelitian adalah mengoptimalkan kegiatan promosi dengan penyebaran brosur di perumahan-perumahan sekitar rumah makan yang artinya melakukan penetrasi pasar dan harus lebih kreatif dalam memanfaatkan peluang.¹⁰

¹⁰Anwar Manan Latief, *Strategi Pemasaran Rumah Makan Wong Solo (Studi Kasus Rumah Makan Wong Solo Cabang Pondok Gede Jakarta Timur)*, Jakarta: Univesitas Islam Negeri Hidayatullah Jakararta, 2009.

Penelitian Kedua, Skripsi yang ditulis pada tahun 2012 di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau oleh Bobi Prawinata, dengan judul “ *Strategi Pemasaran Usaha Rumah Makan Ampera Di Pasar Cik Puan Menurut Tinjauan Ekonomi Islam.*” Permasalahan dalam Penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran usaha rumah makan ampera di Cik Puan sehingga mampu mempertahankan usahannya, dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi yang diterapkan oleh rumah makan ampera di pasar Cik Puan. Hasil Penelitian ini menjelaskan bahwa strategi pemasarannya rumah makan ampera terdiri dari produk yang ditawarkan, harga yang ditetapkan relatif murah, analisis konsumen, analisis pasar. Rumah makan ampera strategi pemasarannya antara lain, produk yang menang jumlah, penetapan harga yang bersaing, dan penempatan tempat yang strategis sehingga dapat beraktivitas lebih lama dan juga pelayanan yang diebrikan sangat baik.¹¹

Penelitian Ketiga, Skripsi yang di tulis pada tahun 2012 di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau oleh Shinta Juniarti , dengan judul “ *Strategi Pemasaran Usaha Mikro Keripik Balado Dua Bunda Di Payakumbuh Di Tinjau Menurut Ekonomi Islam*”. Permasalahan yang diteliti adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan pemasaran usaha keripik *balado* dua bunda, dan bagaimana pelaksanaanya serta tinjauan ekonomi Islam. Hasil Penelitian dari usaha keripik *balado* dua bunda yaitu faktor-faktor yang berpengaruh dalam

¹¹Bobi Prawinata, *Strategi Pemasaran Usaha Rumah Makan Ampera Di Pasar Cik Puan Menurut Tinjauan Ekonomi Islam*, Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2012.

pelaksanaan pemasaran usaha keripik *balado* dua bunda ini adalah produk, harga, promosi, tingkat persaingan. Karena adanya penetapan harga, produk, promosi dan tingkat persaingan dimana usaha keripik balado dua bunda mampu mempertahankan usahanya dalam melaksanakan pemasaran. Terbukti bahwa masalah harga, promosi, produk, dan tingkat persaingan sangat berpengaruh sekali terhadap perkembangan usaha keripik balado dua bunda.¹²

Persamaan Penelitian di atas dengan Penelitian ini ialah memiliki kesamaan subjek, yaitu tentang strategi pemasaran. Sehingga hasil dari Penelitian di atas setidaknya mampu memberikan sumbangsih ide bagi penulis untuk menggali data. Perbedaanya dengan penelitian ini terletak pada fokus yang akan diteliti, yaitu strategi pemasaran yang diterapkan oleh pihak Rumah Makan itu sendiri.

Ketiga Penelitian yang telah dilakukan para penulis sebelumnya, penulis menilai bahwa Penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Usaha Rumah Makan Kereng Pangi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. belum pernah diteliti. Untuk memudahkan dalam membedakan Penelitian penulis dengan Penelitian sebelumnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Adapun persamaan dan perbedaan di atas dengan Penelitian yang dilakukan penulis, diuraikan pada tabel sebagai berikut:

¹²Shinta Juniarti, *Strategi Pemasaran Usaha Mikro Keripik Balado Dua Bunda Di Payakumbuh Ditinjau Menurut Ekonomi Islam*, Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2012.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Anwar Manan Latief “ <i>Strategi Pemasaran Rumah Makan Wong Solo (Studi Kasus Rumah Makan Wong Solo Cabang Pondok Gede Jakarta Timur)</i> ”,	Salah satu persamaan dalam Penelitian ini adalah membahas strategi pemasaran dan bauran pemasaran	Analisis terhadap bauran pemasaran yang dilakukan Rumah Makan Wong Solo cabang Pondok Gede yaitu mengenai strategi pemasaran harus mengoptimalkan sistem manajemen perusahaan guna meningkatkan keunggulan perusahaan dan melakukan kegiatan promosi dengan penyebaran brosur pada perumahan di sekitar rumah makan sedangkan penulis strategi pemasaran menggunakan bauran promosi seperti harga, produk, distribusi dan sebagainya.
2	Bobi Prawinata, “ <i>Strategi Pemasaran Usaha Rumah Makan Ampera Di Pasar Cik Puan Menurut Tinjauan Ekonomi Islam.</i> ”	Sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran dalam Islam	Perbedaannya yaitu strategi pemasarannya produk yang bersaing, harga yang relatif murah akan strategi pemasaran
3	Shinta Juniarti “ <i>Strategi Pemasaran Usaha Mikro Keripik Balado Dua Bunda Di Payakumbuh Di Tinjau Menurut Ekonomi Islam</i> ”	Sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran dalam Islam	yaitu mengenai strategi pemasaran yang dilaksanakan oleh usaha keripik <i>balado</i> dua bunda dalam mengatasi persaingan yaitu dengan cara meningkatkan cita rasa dari keripik balado, kualitas produk, minat masyarakat, intensitas promosi pelayanan sedangkan penulis strategi pemasaran menggunakan bauran promosi seperti harga, pelayanan, produk dan sebagainya.

Sumber: Diolah oleh Penulis

B. Deskripsi Teoritik

1. Teori Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan perusahaan melalui periklanan, program promosi, penualan, program produk, dan pendistribusian.¹³ Menurut Buchari Alma, strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingim dicapai oleh perusahaan atau usaha dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.¹⁴

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan dan aturan yang memberikan arah kepada usaha dan pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan yang selalu berubah.¹⁵ Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yaitu kegiatan yang menyeluruh pada suatu tujuan agar setiap perusahaan selalu menerapkan strategi pemasaran yang baik untuk kedepanya.

¹³M. Nur Rianto Al.-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, Jakarta: Alfabeta, 2010, h. 5.

¹⁴ Buchari Alma, *Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2008, h. 195.

¹⁵Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007, h. 168.

b. Unsur-unsur Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran terdiri dari lima unsur yang saling terkait yaitu sebagai berikut :

- 1) Pilihan pasar yaitu memilih pasar yang akan dilayani. Keputusan ini berdasarkan pada faktor persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan di dominasi, keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlunya pemusatan yang lebih sempit. Pengalaman kumulatif yang di dasarkan pada *trial* dan *error* di dalam menanggapi peluang dan tantangan dan kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumber daya langka atau pasar yang terpoteksi.
- 2) Perencanaan produk, meliputi produk spesifik yang dijual pembentukan lini produk, dan penawaran individual pada masing lini.
- 3) Penetapan harga yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
- 4) Sistem distribusi yaitu perdagangan grosir dan eceran yng melalui produk hingga konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
- 5) Komunikasi pemasaran (promosi) yang meliputi periklanan, personal *selling*, promosi penjualan, *direct marketing* dan *public relation*.¹⁶

¹⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta :PT. INDEKS, 2000, h.6-7.

2. Teori Strategi Pemasaran dalam Ekonomi Islam

Menurut Muhammad Firdaus NH Strategi Pemasaran syari'ah adalah bahwa dalam seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran maupun proses perubahan nilai (*value*), dari suatu inisiator kepada *stocholder*-nya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad-akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah tidak terjadi, maka bentuk transaksi apapun dalam bisnis dibolehkan dalam syariat Islam.¹⁷ Karena itu, Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan zalim dalam bisnis termasuk proses penciptaan, penawaran, dan proses perubahan nilai dalam pemasaran.¹⁸

Pemasaran dapat dikatakan sebagai upaya yang dilakukan agar memudahkan terjadinya penjualan dan perdagangan. Rasulullah SAW adalah orang yang menggeluti dunia perdagangan, Rasulullah SAW berpegang pada lima konsep, Pertama jujur, suatu sifat yang sudah melekat pada diri beliau. Kejujuran ini diiringi dengan konsep kedua, yaitu ikhlas dimana dengan keikhlasan seorang pemasar tidak hanya mengejar materi belaka. Kedua konsep ini dibingkai oleh profesionalisme sebagai konsep ketiga. Seseorang yang profesional akan selalu bekerja maksimal. Konsep keempat adalah silaturahmi yang mendasari pola hubungan beliau dengan pelanggan, calon

¹⁷ Muhammad Firdaus NH dkk, *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*, Jakarta: Ranaisan, 2005, h. 16

pelanggan, pemodal dan pesaing. Sedangkan konsep kelima adalah murah hati dalam melakukan perdagangan.¹⁹

3. Teori Bauran Pemasaran

a. Pengertian Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah kombinasi dari *variable* atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran. Atau dengan kata lain, bauran pemasaran merupakan kumpulan-kumpulan *variable-variable* yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Lamb Hair dan Mc. Daniel menjelaskan bahwa bauran pemasaran adalah strategi produk, promosi, dan penentuan harga yang bersifat unik serta dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pasar yang dituju.²⁰

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasarannya. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa produk, harga, distribusi, promosi saling berhubungan di mana masing-masing elemen di dalamnya saling memengaruhi. Kegiatan-kegiatan ini perlu dikontribusikan secara efektif dan efisien sehingga perusahaan atau organisasi tidak hanya memilih kombinasi yang baik saja, tetapi juga

¹⁹ Jusnaliani, *Bisnis Berbasis Syari'ah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008, h. 2

²⁰ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009, h. 21.

harus mengkoordinasikan berbagai macam elemen dari bauran pemasaran tersebut untuk melaksanakan program pemasaran.²¹

Untuk mencapai tujuan pemasaran, maka komponen bauran pemasaran harus saling mendukung satu dengan yang lainnya, atau dengan kata lain, manajemen harus berusaha agar komponen-komponen bauran pemasaran itu dapat terpadu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Jadi dengan bauran pemasaran itu akan dapat ditentukan tingkat keberhasilan pemasaran yang diikuti konsumen.²²

b. Komponen Bauran Pemasaran

Jerome Mc-Carthy dalam Fandy Tjiptono merumuskan bauran pemasaran menjadi 4P (*Product, Price, Promotion dan Place*), adapun bauran pemasaran tersebut adalah:

1) Produk (*Product*)

Produk adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapat perhatian, permintaan, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk merupakan titik sentral dari kegiatan pemasaran (marketing). Semua kegiatan pemasaran lainnya digunakan untuk menunjang pemasaran produk. Satu hal yang perlu diingat ialah bagaimanapun hebatnya usaha promosi distribusi dan harga yang baik tidak diikuti oleh produk yang bermutu dan disenangi oleh konsumen maka kegiatan pemasaran tidak akan

²¹ Ibid, h. 22

²² Muhammad Zainal Abidin , *Pengurusan Pemasaran*, Kuala Lumpur: Dewan Bahasa, 1992, h. 240

berhasil. Perlu diteliti produk apa yang anda pasarkan bagaimana selera konsumen masa kini perlu mendapat perhatian serius.²³

Jadi, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Produk disini meliputi barang fisik dan jasa. Orang tidak membeli produk hanya karena manfaat yang diberikan oleh produk tersebut. Dalam menciptakan produk harus jelas manfaat dan perannya dengan benar dan baik. Bahkan fakta dari produk itu sendiri sangat penting di bandingkan dengan cuma penjelasannya saja.²⁴

Produk bermanfaat apabila prosesnya benar dan baik. Adapun metode yang dapat digunakan agar proses produksi benar dan baik, menurut Al-Qur'an sesuai petunjuk dalam QS Al-Hasyir ayat 18 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ١٨

Artinya :”Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.²⁵

2) Harga (*Price*)

Kebijakan harga berkenaan dengan kebijakan strategis dan taktis seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran dan tingkat diskriminasi harga antara berbagai kelompok pelanggan.

²³ Buchari Alma, *Kewirausahaan*, h. 202.

²⁴ Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep Strategi*, h. 181.

²⁵ Departemen Agama RI, Surah ., Al- Hasyir:, Ayat :18.

Kebijakan mengenai harga jual harus disesuaikan berdasarkan seberapa konsumen mampu bersedia membayar barang atau jasa, hal ini harus disesuaikan juga dengan besaran daya beli konsumen sasaran produk. Penetapan kebijakan harga bukan hanya didasarkan pada kesediaan konsumen untuk membayar besaran harga suatu produk, namun lebih dari itu harus mempertimbangkan juga berapa besaran biaya yang ditetapkan bagi produk sejenis atau produk pesaing.²⁶ Dikarenakan apabila para pesaing dalam menetapkan harga jauh lebih murah dibanding produk yang kita tawarkan, maka dapat dipastikan pasar konsumen akan lebih mudah tertarik dan memilih produk yang harganya jauh dibawah produk yang kita tawarkan. Kecuali pasar konsumen memang bersedia membayar dengan harga tinggi untuk produk yang kita tawarkan.

3) Tempat (*Place*)

Penentuan tempat yang mudah terjangkau dan dilihat akan memudahkan bagi konsumen untuk mengetahui, mengamati dan memahami dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Penentuan tempat didasarkan atas usaha atau produk yang diciptakan. Misalnya untuk produk-produk yang tidak akan tahan lama akan lebih baik jika ditempatkan dekat keberadaan konsumen. Untuk barang-brang berharga dan bermutu tinggi akan lebih baik jika dibayarkan ditempat yang berkesan mewah.

²⁶Marwan Asri, *Marketing*, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 1991, h. 47.

Penempatan suatu produk atau jasa sangat mempengaruhi tingkat harga semakin *representative* suatu tempat maka berdampak akan semakin tinggi nilai suatu produk.²⁷

4) Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Seperti halnya dengan unsur bauran pemasaran yang lain, promosi juga mempunyai kombinasi dalam menunjang pemasaran suatu produk atau jasa. Dalam hal ini kombinasi unsur promosi lebih dikenal dengan *promotional mix* atau bauran promosi yang meliputi periklanan, *personal selling*, *publitas* dan promosi penjualan.²⁸

Komponen bauran promosi Menurut Lupiyoadi, bahwa alat-alat dalam bauran promosi (*Promotion Mix*), terdiri dari:

²⁷E. Catur Rismiati, *Pemasaran Barang dan Jasa*, Yogyakarta: Kanisius, 2006, h. 243.

²⁸Ibid, h. 243-244.

- a) Periklanan (*Advertising*), merupakan salah satu bentuk dari komunikasi impersonal (*impersonal communication*) yang digunakan oleh perusahaan barang dan jasa.
- b) Penjualan Perorangan (*Personal Selling*), adalah interaksi antar individu, saling bertemu untuk menciptakan, memperbaiki dan menguasai dan mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.
- c) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), adalah semua kegiatan yang dimaksud untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai pada penjualan akhirnya.
- d) Hubungan Masyarakat (*Public Relation*), merupakan kiat pemasaran, dimana perusahaan tidak hanya harus berhubungan dengan pelanggan, pemasok dan penyalur, tetapi juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar.
- e) Informasi dari mulut ke mulut (*Word Of Mouth*), dimana pelanggan tersebut akan berbicara kepada pelanggan lain yang berpotensi tentang pengalamannya dalam menerima barang/jasa tersebut.
- f) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*), adalah sistem pemasaran interaktif yang menggunakan salah satu atau lebih

media iklan untuk menghasilkan tanggapan dan atau transaksi yang dapat diukur pada satu lokasi.²⁹

Berikut tanggapan Islam tentang bauran pemasaran, *pertama*, *product*(produksi) dalam perspektif syariah produksi merupakan suatu yang penting. Al-Qur'an menggunakan konsep produksi barang dalam arti yang sangat luas. Tekanan al-qur'an yang diarahkan kepada manfaat dari barang yang diproduksi, memproduksi suatu barang harus memenuhi kebutuhan manusia, bukan memproduksi barang-barang mewah secara berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan manusia. Disamping itu, Islam mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan produk tersebut. Islam melarang jual beli suatu produk yang belum jelas bagi pembeli. Pasalnya, berpotensi terjadinya penipuan dan ketiakhadiran terhadap salah satu pihak. Selain itu, Islam juga memerintahkan untuk memperhatikan kualitas produk. Barang yang dijual harus terang dan jelas kualitasnya, sehingga pembeli dapat memberikan penilaian terhadap barang yang akan dibeli.³⁰

Kedua, harga dalam konsep Islam yaitu penentuan harga ditentukan oleh mekanisme pasar, yakni bergantung pada kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran. Menurut Ibnu Khaldun, bahwa harga yang normal atau keseimbangan harga itu akan terbentuk apabila secara alami tanpa intervensi dari pemerintah. Dan menurutnya faktor yang mempengaruhi daya beli dan nilai kerja. Jika pergerakan harga dipasaran

²⁹ A. Hamdani- Lupiyoadi Rahmat, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*, Salemba Empat, 2008, h. 120.

³⁰ Ahmad Ibrahim, *Manajemen Syariah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008, h. 21

berjalan secara normal, maka pemerintah tidak memiliki intervensi untuk untuk menetapkan harga. Satu hal yang perlu di garis bawahi, bahwa dalam Islam tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing.

Ketiga, dalam Islam promosi yang dibenarkan adalah promosi yang mengandung nilai kejujuran, transparan, dan menjelaskan apa adanya. Didalamnya tidak terdapat unsur-unsur *gharar* atau kebohongan dan penipuan baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Pada sisi lain harus menyampaikan apa adanya walaupun mungkin akan berdampak luar biasa bagi penjualan karena tidak dibesar-besarkan akan kelebihan produknya, namun berkah. Disamping itu metode yang dipakai dalam promosi tidak bertentangan dengan syariat Islam. Dan terakhir yang keempat tanggapan Islam tentang bauran pemasaran yaitu distribusi. Penempatan barang adalah faktor vital dalam dunia usaha.³¹

4. Teori Rumah Makan

Menurut Marsum W.A definisi rumah makan adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamu, baik berupa kegiatan makan maupun minum. Tujuan operasional rumah makan adalah untuk mencari keuntungan seperti yang dijelaskan oleh Prof. Vanco Christian dari *School Hotel Administration di Cornell University*. Selain

³¹*Ibid*, 21-22

bertujuan bisnis atau mencari keuntungan, memberikan kepuasan pada konsumennya merupakan tujuan operasional rumah makan yang utama.³²

Menurut Keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi No. KN.73/PVV105/MPPT-85 tentang Peraturan usaha Rumah Makan, dalam peraturan ini yang dimaksud dengan usaha Jasa Pangan adalah :” Suatu usaha yang menyediakan jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial”. Sedangkan menurut peraturan Menteri Kesehatan RI NO. 304/Menkes/Per/89 tentang persyaratan rumah makan maka yang dimaksud rumah makan adalah satu jenis usaha pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan yang permanen dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penjualan makanan dan minuman bagi umum di tempat khususnya.

Secara umum, restoran merupakan tempat yang dikunjungi orang untuk mencari berbagai macam makanan dan minuman. Restoran bisaanya juga menyuguhkan keunikan tersendiri sebagai daya tariknya, baik menu masakanya, hiburan maupun tempat fisik bangunan.³³

C. Kerangka Berfikir

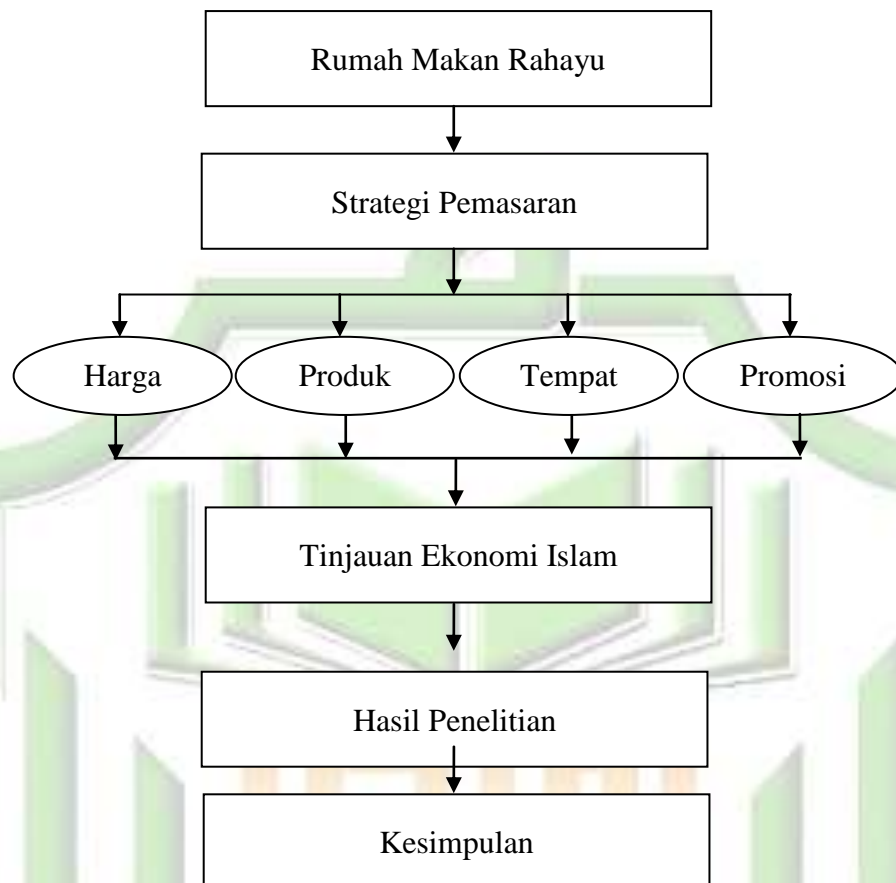
Setiap perusahaan memerlukan strategi pemasaran yang efektif dengan pasar sasaran. Untuk membuat strategi pemasaran yang efektif haruslah didukung oleh konsep perencanaan yang tepat, perancangan strategi pemasaran yang efektif harus sesuai dengan visi misi dan tujuan

³²Marsum W, *Restoran dan Segala Permasalahannya*, Yogyakarta: Andi, 2005, h. 19.

³³ Ibid, h 22.

yang jelas dari setiap perusahaan. Adapun kerangka pikir dalam Penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagan 1 Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan penulis untuk melakukan Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan setelah penyelenggaraan seminar dan mendapat izin dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

2. Tempat Penelitian

Tempat Penelitian ini akan dilaksanakan di Rumah Makan Rahayu di Kereng Pangi KM 17 Katingan Hilir, Kabupaten Katingan, Kalimantan Tengah. Alasan pemilihan tempat Penelitian ini adalah yang mana setiap Bus atau travel yang berhenti di Rumah Makan Rahayu ini selalu diberikan rokok dan makan gratis maka dari itu, penulis ingin meneliti bagaimana strategi pemasaran yang dijalankan oleh Rumah Makan Rahayu di kereng pangi ini dalam perspektif ekonomi Islam.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, sebagai lawannya adalah eksperimen dimana

penulis adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi gabungan, analisis data bersifat induktif.³⁴

2. Pendekatan Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto, pendekatan merupakan metode atau cara mengadakan Penelitian. Seperti halnya eksperimen atau non eksperimen yang dari segi tujuannya akan diperoleh jenis atau tipe yang akan diambil.³⁵

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. pendekatan kualitatif adalah suatu mekanisme kerja Penelitian yang mengandalkan uraian deskriptif data, atau kalimat, yang disusun secara cermat dan sistematis mulai dari menghimpun data hingga menafsirkan dan melaporkan hasil Penelitian. Karena menurut Prof. Burhan Bugin, pendekatan kualitatif adalah proses kerja Penelitian yang sarannya terbatas, namun kedalaman datanya tak terbatas. Semakin dalam dan berkualitas data yang diperoleh atau dikumpulkan maka semakin berkualitas hasil Penelitian tersebut.³⁶

Kualitatif deskriptif dengan menempatkan objek seperti apa adanya, sesuai dengan bentuk aslinya, sehingga fakta yang sesungguhnya dapat diperoleh. Penelitian kualitatif yaitu suatu Penelitian yang menghasilkan data deskriptif tanpa ada kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka, dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Dengan

³⁴ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 1

³⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Renika Cipta, 1993, h. 17-18

³⁶ Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015, H. 52

demikian, laporan Penelitian akan berisi kutipan-kutipan untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah, wawancara, catatan lapangan, dokumentasi pribadi catatan atau memo, dan dokumentasi resmi lainnya.³⁷

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Menurut Dr. Ibrahim, penggunaan teknik *Purposive Sampling* dalam 3 (tiga) situasi, yaitu:

- a. Penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* guna memilih responden yang akan memberi informasi penting.
- b. Penulis menggunakan teknik ini untuk memilih responden yang sulit dicapai, untuk itu, penulis cenderung subjektif (memilih berdasarkan kriteria sesuai keinginan penulis)
- c. Tatkala Penelitian ingin mengidentifikasi jenis responden tertentu untuk diadakannya wawancara mendalam.³⁸

Berdasarkan hal diatas penulis mengambil subjek Penelitian. Kriteria subjek adalah:

- a) Pihak pengelola/ pemilik Rumah Makan Rahayu di Kereng Pangi Katingan Hilir, Kabupaten Katingan, Kalimantan Tengah

³⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002, h. 3, 11

³⁸ Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015, h.72.

b) Karyawan

Adapun jumlah karyawan yang bekerja di Rumah Makan Rahayu yaitu sebanyak 15 orang akan tetapi yang bersedia di wawancara yaitu hanya lima orang saja.

c) Pengunjung yang bersedia diwawancara yaitu lima orang saja

2. Objek Penelitian

Sedangkan istilah objek Penelitian yaitu menunjukan pada apa yang menjadi titik perhatian suatu Penelitian.³⁹ Yang menjadi objek Penelitian ini adalah strategi pemasaran usaha Rumah Makan Makan Rahayu di Kereng Pangi Katingan Hilir Kabupaten Katingan Kalimantan Tengah. Adapun yang menjadi fokus dalam Penelitian ini yaitu tentang bagaimana penerapan strategi pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu dalam perpektif ekonomi Islam.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Teknik Observasi

Menurut Subagio, observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomenal sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan.⁴⁰ Observasi juga dikatakan sebagai alat pengumpulan data yang dilakukan secara spontan, dapat pula dengan daftar isian yang telah disiapkan sebelumnya. Adapun setiap bus yang

³⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pengantar*, Jakarta: Bina Aksara, 1989, h. 91

⁴⁰ Joko Subagio, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004, h 63

berhenti di Rumah Makan Rahayu di kereng pangi ini yang penulis amati yaitu setiap sopir dari bus/ travel itu mendapatkan rokok dan makan gratis. Rumah Makan Rahayu di kereng pangi ini juga merupakan salah satu rumah makan yang sangat diminati pengunjung. Dengan tingkat frekuensi pengunjung yang sangat tinggi yang menjadikan Rumah Makan Rahayu ini dikunjungi dari setiap waktu ke waktu sampai tiada hentinya dan pengunjung yang datang juga silih berganti⁴¹

2. Teknik Wawancara

Wawancara adalah suatu tanya jawab secara tatap muka yang dilaksanakan oleh pewawancara dengan orang yang diwawancarai untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Namun perlu diingat bahwa wawancara bukan upaya sekedar tanya jawab untuk memperoleh informasi saja melainkan juga upaya untuk memperoleh kesan langsung dari responden, memancing jawaban responden, menilai kebenaran jawaban yang diberikan dan bilamana perlu memberikan penjelasan tentang pertanyaan yang diajukan. Agar tanya jawab dapat langsung dengan lancar, maka terciptanya *rapport* antara pewawancara dan responden sangat penting artinya.⁴² Adapun teknik wawancara yang penulis gunakan adalah teknik wawancara sistematis, yaitu wawancara yang mengarah pada pedoman yang telah dirumuskan berdasarkan keperluan penggalan

⁴¹Hasil Observasi Rumah Makan Rahayu di Kereng Pangi, Pada hari Minggu, tanggal 15 April 2018 pukul 10.33 Wib

⁴² B. Sanjaja dan Albertus Heriyanto, *Panduan Penelitian*, Jakarta: Prestasi Pustaka, 2011, h. 147

data dalam Penelitian.⁴³ Jadi saat mengumpulkan data, penulis melakukan wawancara dengan narasumber secara langsung. Data yang digali dalam wawancara tersebut adalah:

- a. Strategi Pemasaran Usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangsi.
- b. Strategi Pemasaran Usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

3. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi yaitu setiap bahan yang tertulis, film dan gambar yang dapat memberikan informasi. Melalui teknik ini penulis berusaha untuk memperoleh data dari hasil sumber tertulis, melalui dokumen atau tulisan simbolik yang memiliki relevansi dengan Penelitian sehingga dapat melengkapi data yang diperoleh di lapangan.⁴⁴

E. Pengabsahan Data

Pengabsahan data adalah untuk menjamin bahwa semua data yang telah diamati dan diteliti relevan dengan yang sesungguhnya. Dalam memperoleh keabsahan data tersebut penulis menggunakan teknik *triangulasi*. Triangulasi menurut Moleong adalah “Pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar dari data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu”.⁴⁵

Adapun *triangulasi* yang dipakai dalam Penelitian ini adalah *triangulasi* sumber yaitu membandingkan data dan mengecek balik derajat

⁴³ Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003, h 173

⁴⁴ Joko Subagio, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, ... h 161

⁴⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 177.

kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang disebut metode kualitatif.

Menurut Patton yang dikutip Moleong tentang hal diatas dapat dicapai dengan jalan sebagai berikut:

- (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara; (2) membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi; (3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi Penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu; (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat bisaa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan; (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.⁴⁶

F. Teknik Analisis Data

Dalam analisi data diperlukan beberapa tahapan, seperti yang diungkapkan Bungin dalam bukunya *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, yakni:

1. Data *Collection* atau koleksi data adalah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilahan.
2. Data *reduction*, yaitu pengolahan data yang mencakup kegiatan mengikhtiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-milahnya ke dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu.
3. Data *display* atau penyajian data ialah data yang dari kenchah Penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh penulis dengan tidak menutupi kekurangan.

⁴⁶ Dikutip dari Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ... h 178

4. *Conclusion drawing* atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data display sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyinggung⁴⁷



⁴⁷Burhan Bungin, *Analisis data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003, h. 69-70.

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Kabupaten Katingan

Kabupaten Katingan merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Kalimantan Tengah. Secara geografis, kabupaten Katingan terletak pada $112^{\circ}00'$ - $113^{\circ}45'$ Bujur Timur dan $0^{\circ}20'$ - $3^{\circ}38'$ Lintang Selatan. Kabupaten Katingan yang beribukota di Kasongan terdiri atas 13 (tiga belas) wilayah kecamatan, 154 (seratus lima puluh empat) desa dan 7 (tujuh) kelurahan. Kabupaten Katingan memanjang dari Selatan ke Utara dan dilintasi oleh sungai Katingan. Adapun kabupaten Katingan memiliki batas-batas sebagai berikut:⁴⁸

- a. Sebelah Utara : Kabupaten Malawi Provinsi Kalimantan Barat
- b. Sebelah Timur : Kabupaten Gunung Mas, Kabupaten Pulang Pisau, dan Kota Palangkaraya
- c. Sebelah Selatan : Laut Jawa
- d. Sebelah Barat : Kabupaten Kotawaringin Timur, dan Kabupaten Seruyan

Kabupaten Katingan ini memiliki luas wilayah 20.410,27 km² dengan jumlah penduduk mencapai 165.306 jiwa pada tahun 2017. Penduduk Kabupaten Katingan terdiri dari 86.648 penduduk laki-laki dan

⁴⁸Badan Pusat Statistik Kabupaten Katingan, *Statistik Daerah Kabupaten Katingan 2018*, Katingan : Badan Pusat Statistik Kabupaten Katingan, 2018, h. 1

78.658 penduduk perempuan. Dengan *sex ratio* sebesar 110. Berikut data indikator jumlah penduduk Kabupaten Katingan 2015-2017:

Tabel 4.1
Data Indikator Kependudukan Kabupaten Katingan 2015-2017

Uraian	2015	2016	2017
(1)	(2)	(3)	(4)
Jumlah Penduduk (jiwa)	160.305	162.837	165.306
Pertumbuhan Penduduk (%)	1,65	1,58	1,52
Sex Ratio (L/P) (%)	110	110	110
Jumlah Rumah Tangga	40.780	41.424	42.053
Rata-rata ART (jiwa/ruta)	3,39	4	4
Rasio Ketergantungan Total (%)	49,98	49,60	53,63

Sumber: Statistik Daerah Kabupaten Katingan 2018

Seperti yang telah diketahui bahwa Penelitian dilakukan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi yang beralamat di Kereng Pangi KM.17 Katingan Hilir Kabupaten Katingan Kalimantan Tengah. Secara geografis Kecamatan Katingan Hilir memiliki luas wilayah 665,22 km² yaitu 3,26 persen dari luas Kabupaten Katingan. Adapun batas-batas wilayah Kecamatan Katingan Hilir adalah sebagai berikut:⁴⁹

- a. Sebelah Utara : Kecamatan Tawang Sangalang Garing
- b. Sebelah Timur : Kota Palangkaraya
- c. Sebelah Selatan : Kabupaten Kotawaringin Timur
- d. Sebelah Barat : Kecamatan Tasik Payawan

Kecamatan Katingan Hilir terdiri dari 6 (enam) desa yaitu Tewang Kadamba, Tumbang Liting, Talian Kereng, Banut Kalanaman, Telagkah,

⁴⁹Badan Pusat Statistik Kabupaten Katingan, *Kecamatan Katingan Hilir Dalam Angka 2018*, Katingan: Badan Pusat Statistik Kabupaten Katingan, 2018, h.5

dan Halampait, serta 2 (dua) kelurahan yaitu Kasongan Lama dan Kasongan Baru, yang terbagi menjadi 87 RT dan 4 RW. Kecamatan Katingan Hilir ini memiliki kepadatan penduduk tertinggi, dengan kepadatan 54 jiwa per km², diperkirakan 21,77 persen penduduk Katingan berdomisili di kecamatan ini. Pada tahun 2017 penduduk Kecamatan Katingan Hilir berjumlah 35.979 jiwa dengan jumlah rumah tangga sebesar 8.949 dengan rata-rata 4 jiwa per rumah.

Tabel 4.2
Banyaknya Penduduk menurut Desa dan Jenis Kelamin
di Kecamatan Katingan Hilir, 2017

Desa	Penduduk (jiwa)			Sex Ratio
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Tewang Kadamba	384	337	721	114
Tumbang Liting	493	467	960	106
Kasongan Baru	2.111	1.949	4.060	108
Kasongan Lama	5.420	5.180	10.600	105
Talian Kereng	963	853	1.816	113
Banut Kalanaman	483	470	953	103
Telangkah	1.630	1.516	3.146	108
Hampalit	7.282	6.441	13.723	113
Katingan Hilir	18.766	17.213	35.979	109

Sumber: Statistik Daerah Kabupaten Katingan Hilir dalam Angka 2018

Sebagai salah satu daerah yang dilalui jalur Trans Kalimantan menjadikan kecamatan Katingan Hilir menjadi salah satu daerah yang strategis. Oleh karena itu banyak masyarakat kecamatan Katingan Hilir memanfaatkannya dengan membuka usaha rumah/warung makan.

Tabel 4.3
Jumlah Rumah Makan dan Warung Makan
di Kecamatan Katingan Hilir, 2017

Kode	Desa / Kelurahan	Rumah Makan	Warung Makan
(1)	(2)	(3)	(4)
001	Tewang Kadamba	-	2
002	Tumbang Linting	-	2
003	Kasongan Baru	-	45
004	Kasongan Lama	8	140
005	Talian Kereng	-	3
006	Banut Kalanaman	-	3
007	Telangkah	-	13
008	Hampalit	3	140

Sumber: Kecamatan Katingan Hilir dalam Angka 2018

2. Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi

- a. Sejarah Berdirinya dan Perkembangan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi.

Rumah Makan Rahayu adalah sebuah unit usaha Rumah Makan yang dulunya terletak di Kereng Pangi KM 15 Katingan Hilir Kabupaten Katingan Kalimantan Tengah yang ini didirikan oleh Bapak H. Supangat dan Ibu Hj. Istiqorah sekitar tahun 1998-an dengan modal awal Rp. 150.000. Pada awalnya Bapak H. Supangat dan Ibu Hj. Istiqorah menjalankan usahanya kecil-kecilan dengan menjual bakso saja. Dan tempat yang digunakan untuk berjualan hanya menyewa didepan ruko tetangga dan menyewa perbulan. Kemudian dari tahun ke tahun penjualan terus meningkat hasil dan melihat respon yang baik dari produk yang dijual banyak diminati oleh masyarakat akhirnya mereka memutuskan untuk membeli lahan sendiri dari keuntungan tersebut, dan perlahan-lahan bisa membangun

Rumah Makan yang lumayan besar dan halaman yang sangat luas juga yang memadai, pada tahun 2014 Rumah Makan Rahayu pindah ke Kereng Pangi KM 17 Katingan Hilir, Kabupaten Katingan, Kalimantan Tengah.

b. Produk yang Diperjualbelikan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi

Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi merupakan salah satu rumah makan yang terletak di jalur trans Kalimantan, tepatnya di jalan Kereng Pangi KM.17. Seperti rumah makan pada umumnya, Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi menawarkan berbagai jenis makanan dan minuman dengan harga yang relative terjangkau. Makanan dan minuman yang ditawarkan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi tergolong jenis makanan dan minuman yang umumnya diminati oleh semua kalangan. Berikut beberapa jenis makanan yang ditawarkan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi beserta harga jualnya. Dimana harga jual makanan sudah termasuk dengan minuman.

Tabel 4.4
Daftar Menu Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi

Menu Makanan	Harga
Bakso	Rp 20.000,00 + Teh
Rawon	Rp 25.000,00 + Teh
Pecel	Rp 25.000,00 + Teh
Nasi Campur	Rp 25.000,00 + Teh
Lalapan Ayam	Rp 25.000,00 + The
Lalapan Ikan Nila	Rp 25.000,00 + The
Soto Daging	Rp 25.000,00 + The
Soto Ayam	Rp 25.000,00 + The

Sumber: Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi

B. Penyajian Data

Pada penyajian data hasil Penelitian ini penulis terlebih dahulu memaparkan pelaksanaan Penelitian yang diawali dengan penyampaian surat izin Penelitian dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya ke Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Setelah mendapatkan izin untuk mengadakan Penelitian, penulis menemui subjek-subjek Penelitian yaitu pemilik rumah makan, karyawan rumah makan dan konsumen rumah makan untuk menanyakan perihal yang berkaitan dengan strategi pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi.

Berikut adalah hasil wawancara yang penulis peroleh setelah melakukan wawancara dengan subjek-subjek Penelitian di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi pada tanggal 30 September 2018

1. *Pemilik Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi*

Berikut adalah identitas subjek pertama yang penulis wawancara yang merupakan pemilik dari Rumah Makan Rahayu:

Nama	:	SPT
Umur	:	45 Tahun
Pekerjaan	:	Pemilik Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi
Agama	:	Islam

Penulis menanyakan awal mula berdirinya Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi kepada Bapak SPT selaku pemilik Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi.

Berikut penuturan beliau:

“Sembilan puluh sembilan delapanan itu berdiri. Cuma dulu itu tidak disini, dulu pertamanya masih di halaman-halaman rumah orang, nyewa perbulan. Setelah melihat respon yang baik dari produk yang dijual banyak diminati oleh masyarakat akhirnya saya memutuskan untuk membeli lahan sendiri dari keuntungan tersebut. Terus akhirnya bisa beli lahan disini, kita jadikan bangunan pelan-pelan, jadilah rumah makan ini. Itu kalo sejarah seperti itu, mulai tahun sembilan lapan. Sudah dua puluh tahun jadinya. Dulu gak disini. Dulu deket pasar Kereng Pangi sana. Cuma jual bakso aja pertamanya dulu itu. Spesialis bakso dulu itu.”⁵⁰

Selanjutnya penulis menanyakan perihal apa Visi, Misi dan tujuan dari Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi.

Berikut penuturan beliau:

“Visi, Misi menjadi Rumah Makan yang berkualitas dari segi produk dan pelayanannya. Misi Rumah Makan yang menyajikan makanan dan minuman yang enak dan khas dengan pelayanan yang memuaskan. Tujuan Rumah Makan terbagi menjadi dua, yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Jangka pendek adalah mempertahankan dan meningkatkan kualitas cita rasa produk. Sedangkan tujuan jangka panjang adalah melakukan inovasi produk agar memiliki berbagai ilihan menu yang daat dipilih oleh konsumen yang memiliki selera makanan yang berbeda-beda. Kita usaha ini selain hasilnya untuk memenuhi kebutuhan keluarga itu, sebagian kita sisihkan untuk kemslahatan umat, istilahnya itu. Kami kan agamanya Islam, mau disumbangkan ke panti asuhan atau ke masjid atau ada tempat ibadah lainnya. Kita yang namanya orang Islam ada yang namanya zakat, ada sedekah, ada infaq.”⁵¹

Selanjutnya penulis menanyakan perihal sarana dan prasarana apa saja yang dimiliki Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi.

Berikut penuturan beliau:

⁵⁰Wawancara dengan Bapak SPT pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 08.00 Wib.

⁵¹Wawancara dengan Bapak SPT pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 08.00 Wib.

“Yang jelas warungnya,tempat untuk pelanggan itu tempat untuk menunaikan hajatnya, toilet itu. Ada musholanya, kemudian ada tempat parkirannya dan wifi. Di depan sana itu ada, di belakang juga ada. Kalau di depan itu untuk yang makanan berat, kalau yang di belakang untuk yang santai sekedar minum kopi makan mie atau pentol.,Supaya pelanggan itu betahlah..”⁵²

Selanjutnya penulis menanyakan perihal jumlah karyawan yang bekerja di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi.

Berikut penuturan beliau:

“Kalau musim rame lah, pas hari lebaran, tahun baru, pokoknya hari-hari besar bisa sampe dua puluh orang, delapan belas orang. Kalo hari bisaa itu lima belas orang. Kita gajinya itu gak per bulan, jadi satu hari langsung kita bayar..”⁵³

Selanjutnya penulis menanyakan alasan pemilihan lokasi Rumah Makan di daerah Kereng Pangi.

Berikut penuturan beliau:

“Alasan memilih lokasi di sini yaitu karena berada dipinggir jalan dan sangat strategis untuk orang yang melakukan perjalanan dari Palangka Raya – Sampit begitujuga sebaliknya. Adapun fasilitas yang kita berikan juga lumayan buat para pengunjung betah misalnya kita memberikan free wifi. Langgan kita banyak, bis segala kan kesini yang dari jarak jauh itu. Nah karena kebetulan daerah Kereng Pangi ini kan daerah pertengahan. Itu kalau dari Palangkaraya ke Sampit, atau Palangkaraya ke Pangkalanbun itu kesini dulu. Jadi sudah pas itu, kalau pengunjung mau lapar, mau melepaskan hajat, menghilangkan penat, pas itu. Jadi bisnya itu ada Yessoe, ada Loggos, Damri, ada Agung Mulia. Selain mobil-mobil, taksi-taksi kijang avansa itu juga.”⁵⁴

Selanjutnya penulis menanyakan perihal bagaimana cara pemilik memasarkan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi.

⁵²Wawancara dengan Bapak SPT pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 08.00 Wib.

⁵³Wawancara dengan Bapak SPT pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 08.00 Wib.

⁵⁴Wawancara dengan Bapak SPT pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 08.00 Wib.

Berikut penuturan beliau:

“Cara memasarkan ya Pertama kita bicara masalah rasa dulu. Ya rasa kemudian harga, kemudian yang ketiga ini varisi makanan. Ya itu kepada supir-supir kita tawarin. Jadi kalau pas mereka kesini bawa penumpang, nanti supirnya itu kita kasih gratis makan sama rokok. Jadi supirnya *free*. Ya bis travel.”⁵⁵

Selanjutnya penulis menanyakan perihal jenis makanan yang disediakan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi.

Berikut penuturan beliau:

“Satu-satu ini. Ada Bakso yang pertama. Kemudian nasi pecel, nasi campur, nasi soto, ayam atau daging itu. Terus kemudian rawon, lalapan, lapan ayam maupun lalapan ikan, ikan laut itu. .”⁵⁶

Selanjutnya penulis menanyakan perihal jenis makanan yang paling diminati oleh pengunjung Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi.

“Bakso yang paling ramai itu.”⁵⁷

Selanjutnya penulis menanyakan perihal apa yang membedakan produk dari Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dengan produk dari rumah makan lainnya.

Berikut penuturan beliau:

“Yang membedakan itu, kalau jenis makanannya mungkin sama. Tapi kita yang membuat beda itu, dari segi pelayanan dengan rasa. Itu jadi kalau pelayanan itu kita harus sebaik mungkin. Kita kan penjual jasa. Jadi pelayanan kita harus sebaik mungkin, seramah mungkin, rasa juga harus kita jaga, jaga cita rasanya.”⁵⁸

⁵⁵Wawancara dengan Bapak SPT pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 08.00 Wib.

⁵⁶Wawancara dengan Bapak SPT pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 08.00 Wib.

⁵⁷Wawancara dengan Bapak SPT pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 08.00 Wib.

⁵⁸Wawancara dengan Bapak SPT pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 08.00 Wib.

Selanjutnya penulis menanyakan perihal harga yang ditawarkan untuk setiap jenis makanan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi.

Berikut penuturan beliau:

“Bakso itu dua puluh ribu sama minumnya. Ya rata-rata sih ya, dua puluh sampai dua puluh lima ribu. Dua puluh ribu itu kalo di luar bakso dua puluh lima. Itu di luar bakso ya, rata-rata kalo selain itu dua puluh lima ribu sama minumnya.”⁵⁹

Selanjutnya penulis menanyakan perihal strategi penetapan harga di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi.

Berikut penuturan beliau:

“Kalau strategi kayaknya gak ada strategi tidak ada. Cuma kita daripada mengurangi rasa, mengurangi rasa dengan kuantitasnya itu jadi kita menaikkan, soalnya kalau kami disini itu punya prinsip ada harga sebenarnya itu nomor dua, kalo nomor satu bagi kami itu tempat dulu. Itu harus enak, harus nyaman, bersih, kemudian pelayanan, yang paling penting rasa. Orang kalau sudah bicara rasa, harga itu gak dipikir. Sebagai contoh di Palangka itu ada rumah makan namanya Bang Jali itu nah. Bang Jali itu, satu orang masuk kesana seratus ribu, tapi jam dua siang dia udah tutup dia. Makan disana itu katakanlah sate dengan sop kiki dengan minumnya seratus ribu. Orang kalau makanan yang dicari itu citarasanya dulu, nikmatnya. Saya rasa kalau di Kalimantan begitu, beda dengan di Jawa loh ya. Kalau di Kalimantan terutama rasa yang dicari. Rasa dengan kenyamanan tempat, kebersihan. Kita seenak apapun makanan, kalau tempat itu katakanlah jorok, terus pelayanannya ketus, orang juga gak nikmat. Jadi mulai rasa, mulai tempat, pelayanan, baru harga. Harga terakhir kita. Kalau strategi harga seperti itu.”⁶⁰

Selanjutnya penulis menanyakan perihal cara menjaga kestabilan harga di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi agar tetap menguntungkan.

⁵⁹Wawancara dengan Bapak SPT pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 08.00 Wib.

⁶⁰Wawancara dengan Bapak SPT pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 08.00 Wib.

Berikut penuturan beliau:

“Kalau harga kita bilang stabil itu. Kadang-kadang gini, kita melihat sikon juga, kalo musim ramai kita menaikkan harga itu juga gak masalahkan. Tapi pada saat hari-hari seperti ini umpama harga bahan naik gitu ya, kita mengambil keuntungan sedikit saja. Jadi ada namanya sistem tanggung renteng, jadi dalam satu hari kita ambil rata-rata, jadi pas musim ramai kita naikkan. Tapi kalo hari-hari gini kan enggak. Tapi kan kalau hari-hari besar kebanyakan harga bahan juga naik. Tapi sebenarnya bisa di jaga, apa itu istilahnya kita menjaga langganan itu aja. Dari pada pelanggan yang lari lebih baik kita yang menurunkan standar profit. Keuntungan kita turunkan. Ya kita yang paling penting ya jaga pelanggan ini...”⁶¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa awalnya Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi merupakan warung makan dengan spesialisasi makanan yaitu bakso. Rumah makan yang sudah berdiri selama kurang lebih 20 tahun ini awalnya belum memiliki lahan sendiri seperti sekarang ini, pemilik mengaku pada awal berdirinya rumah makan ini hanya menyewa lahan di halaman rumah tetangga. Lokasi awal rumah makan ini adalah di sekitar pasar Kereng Pangi. Kemudian sedikit-demi sedikit dari keuntungan akhirnya dapat membeli lahan sendiri, hingga akhirnya Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi bisa berkembang seperti saat ini.

Bagi pemilik Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi, pelayanan dan kualitas produk yang baik menjadi perhatian utama. Sesuai dengan misinya yaitu memberikan pelayanan terbaik dengan kualitas yang baik pula. Adapun tujuan jangka pendek dari didirikannya Rumah Makan

⁶¹Wawancara dengan Bapak SPT pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 08.00 Wib.

Rahayu Kereng Pangi ini adalah untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas dan cita rasa produk. Sedangkan untuk jangka panjang adalah meningkatkan inovasi terhadap berbagai pilihan menu makanan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang berbeda-beda. Menurut pemilik rumah makan, keuntungan yang diperoleh sebagian disisihkan untuk disumbangkan kepada pihak-pihak yang membutuhkan.

Berkaitan dengan sarana dan prasarana yang disediakan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi antara lain adalah toilet, kamar mandi, mushola, parkir, dan jaringan wifi. Seluruh fasilitas dikelola dengan baik sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumennya. Selain itu di lokasi Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini juga disediakan warung-warung kopi, yang diperuntukkan bagi konsumen yang ingin santai.

Berkaitan dengan jumlah karyawan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi, jumlahnya disesuaikan dengan kebutuhan. Apabila hari-hari bisaa jumlahnya sekitar 15 orang. Namun jika sedang hari libur atau hari-hari besar lainnya, karyawan bisa mencapai 18 hingga 20 orang. Adapun sistem pembayaran gaji dilakukan setiap hari, sehingga setelah bekerja karyawan langsung bisa menikmati hasilnya.

Lokasi Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi yang berada di Kereng Pangi KM 17 ini merupakan jalur trans Kalimantan dan di pilih karena merupakan jalur yang strategis. Jalur ini sering digunakan masyarakat yang melakukan perjalanan dari Palangka Raya menuju Sampit, maupun daerah-daerah lainnya. Sehingga menjadikan konsumen

dari Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini adalah penumpang bus-bus antar kota antar provinsi yang melintasi jalur tersebut. Beberapa bus yang sering singgah di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi menurut pengelola adalah Yessoe, Logos, Damri, dan Agung Mulia. Hal ini menjadi salah satu strategi pemasaran bagi Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi, dengan cara bekerja sama dengan para supir bus. Bentuk kerjasama yang dilakukan oleh pengelola Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dengan para supir bus adalah dengan memberikan rokok dan makan gratis.

Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi menyediakan berbagai jenis makanan di antaranya adalah bakso, nasi pecel, nasi campur, nasi soto, dan lalapan. Dari sekian banyak menu yang disediakan, menurut pengelola, bakso menjadi hidangan yang paling banyak dicari oleh konsumen. Yang berbeda dari Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dengan rumah makan lainnya adalah dari segi pelayanan dan rasa. Pengelola menyatakan bahwa sebagai penjual jasa, pelayanan harus baik begitupun dengan cita rasa makanan yang harus selalu dijaga. Selain itu harga yang terjangkau juga menjadi daya tarik bagi konsumen untuk terus kembali, tentunya di tunjang dengan kualitas rasa yang sesuai. Harga yang ditawarkan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini berkisar antara 20-25 ribu rupiah untuk setiap porsi makanan, harga ini sudah termasuk dengan minuman.

Menurut pengelola rumah makan, pihaknya tidak memiliki strategi khusus dalam memasarkan produknya. Namun pihaknya selalu berusaha menjaga harga dan cita rasa dari makanannya, dengan cara tidak mengurangi rasa maupun kuantitas produknya. Selain itu kenyamanan dan kebersihan tempat juga menjadi perhatian utama dari pengelola. Jadi sebagai pelaku usaha, perlu memperhatikan rasa, tempat, pelayanan baru harga.

Adapun kiat menjaga kestabilan harga produk di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi adalah dengan menggunakan sistem tangung renteng. Caranya dengan menghitung rata-rata kebutuhan produksi tiap hari. Apabila terjadi lonjakan harga bahan baku di pasaran, pihaknya mengaku selalu berusaha menjaga agar harga produknya tetap dapat dijangkau oleh konsumen. Dengan mengurangi keuntungan tapi tetap menjaga cita rasa dan kuantitas produk, menjaga pelanggan istilahnya.

Sebagai rumah makan yang disinggahi konsumen dari berbagai daerah tentunya menjadikan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik, tentunya juga dengan menjaga cita rasa dari makanannya. Menjaga kebersihan lingkungan dan fasilitas juga menjadi perhatian utama dari pihak pengelola, guna menciptakan kenyamanan bagi setiap konsumen. Tidak lupa menyisihkan sebagian keuntungan bagi kemashalatan umat sebagai bentuk rasa syukur pengelola kepada Tuhannya.

2. *Karyawan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi*

Berikut adalah identitas subjek karyawan Rumah Makan Rahayu yang penulis wawancara:

Nama : ARF
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Umur : 25
 Pekerjaan : Karyawan
 Agama : Islam

Berikut hasil wawancara yang diperoleh penulis mengenai perihal sejak kapan dan bagaimana awalnya para karyawan mulai bekerja di Rumah Makan Rahayu. Berikut penuturan ARF:

“Saya bekerja di Rumah Makan Rahayu ini sejak bulan Agustus 2017 , saya dapat bekerja di Rumah Makan Rahayu ini diajak oleh teman yang sudah duluan bekerja di Rumah Makan Rahayu.”⁶²

Selanjutnya penulis menanyakan perihal sarana dan prasarana yang dimiliki Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan ARF:

“Mushola, Toilet yang bersih, Wifi, dan halaman yang sangat luas bisaa buat parkir mobil yang banyak.”⁶³

Selanjutnya penulis menanyakan perihal pembagian tugas karyawan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan ARF:

“Tugas yang saya lakukan adalah mengantar minum, menggelap meja, menyapu dan mengepel.”⁶⁴

⁶²Wawancara dengan ARF pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.00 Wib.

⁶³Wawancara dengan ARF pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.00 Wib.

⁶⁴Wawancara dengan ARF pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.00 Wib.

Selanjutnya penulis menanyakan perihal menu atau jenis makanan yang disajikan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan ARF:

“Menu Makanan Bakso, Nasi Soto Daging, Nasi Soto Daging, Nasi Rawon, Nasi Pecel, Nasi Campur, Lalapan Ayam dan Nila. Minumnya : Es Teh ? Teh Panas dan Kopi/Kopi Susu.”⁶⁵

Selanjutnya penulis menanyakan perihal jenis makanan yang paling diminati konsumen. Berikut penuturan ARF:

“Bakso.”⁶⁶

Selanjutnya penulis menanyakan perihal yang membedakan jenis makanan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dengan rumah makan lainnya. Berikut penuturan ARF:

“: Menurut saya karena disini lebih banyak.”⁶⁷

Selanjutnya penulis menanyakan perihal lokasi Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi apakah sudah strategis atau belum. Berikut penuturan ARF:

“Menurut saya sudah, karena tempatnya di pinggir jalan karena tempatnya strategis di pertengahan Sampit dan Palangka Raya.”⁶⁸

Selanjutnya penulis menanyakan perihal strategi pemasaran yang dilakukan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi untuk menarik konsumen. Berikut penuturan ARF:

⁶⁵Wawancara dengan ARF pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.00 Wib.

⁶⁶Wawancara dengan ARF pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.00 Wib.

⁶⁷Wawancara dengan ARF pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.00 Wib.

⁶⁸Wawancara dengan ARF pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.00 Wib.

“Sopir yang membawa pelanggan disini di kasih makan dan rokok gratis dan di beri uang 100 ribu.”⁶⁹

Selanjutnya penulis menanyakan perihal kendala yang dihadapi dalam proses pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan ARF:

“Tidak ada.”⁷⁰

Selanjutnya penulis menanyakan perihal apakah harga yang ditawarkan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah sebanding dengan produk. Berikut penuturan ARF:

“Sudah.”⁷¹

Selanjutnya penulis menanyakan perihal apakah harga yang ditawarkan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah mengikuti harga pasaran. Berikut penuturan ARF:

“Kayaknya sudah.”⁷²

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa ARF bekerja di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi karena diajak oleh rekannya yang sudah lebih dulu bekerja disana. Menurut ARF, fasilitas yang disediakan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi juga sudah cukup memadai. Fasilitas yang disediakan menurut ARF meliputi mushola, toilet, parkir,

⁶⁹Wawancara dengan ARF pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.00 Wib.

⁷⁰Wawancara dengan ARF pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.00 Wib.

⁷¹Wawancara dengan ARF pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.00 Wib.

⁷²Wawancara dengan ARF pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.00 Wib.

dan wifi. Tugas yang dilakukan ARF adalah mengantar minuman, mengelap meja, menyapu dan mengepel.

Menurut ARF jenis makanan yang disediakan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah cukup banyak, meliputi bakso, nasi soto daging, nasi soto ayam, nasi rawon, nasi pecel, nasi campur, lalapan ayam dan nila. Dikatakan pula bahwa harga yang ditawarkan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah terjangkau dan mengikuti harga pasaran.

Berkaitan dengan strategi pemasaran menurut ARF, lokasi yang Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi Sudah cukup strategis karena berada di pinggir jalan, di pertengahan Sampit dan Palangka Raya. Disebutkan juga bahwa Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi memberikan rokok, makan gratis dan uang 100 ribu bagi supir bus yang membawa penumpangnya untuk singgah di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini.

Berikut adalah identitas subjek karyawan Rumah Makan Rahayu yang penulis wawancara:

Nama	: DNI
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Umur	: 22
Pekerjaan	: Karyawan
Agama	: Islam

Berikut hasil wawancara yang diperoleh penulis mengenai perihal sejak kapan dan bagaimana awalnya para karyawan mulai bekerja di Rumah Makan Rahayu. Berikut penuturan DNI:

”Saya bekerja di Rumah Makan Rahayu ini sejak Februari 2017 , saya dapat bekerja di Rumah Makan Rahayu ini diajak oleh keluarga”⁷³

Selanjutnya penulis menanyakan perihal sarana dan prasarana yang dimiliki Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan DNI:

“Mushola, Toilet yang bersih, wifi dan parkir.”⁷⁴

Selanjutnya penulis menanyakan perihal pembagian tugas karyawan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan DNI:

“Pelayan pengantar minum.”⁷⁵

Selanjutnya penulis menanyakan perihal menu atau jenis makanan yang disajikan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan DNI :

“Menu Makanan Bakso, Nasi Soto Daging, Nasi Soto Daging, Nasi Rawon, Nasi Pecel, Nasi Campur, Lalapan Ayam dan Nila. Minumnya : Es Teh ? Teh Panas dan Kopi/Kopi Susu.”⁷⁶

Selanjutnya penulis menanyakan perihal jenis makanan yang paling diminati konsumen. Berikut penuturan DNI:

“Bakso dan Soto Ayam.”⁷⁷

Selanjutnya penulis menanyakan perihal yang membedakan jenis makanan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dengan rumah makan lainnya. Berikut penuturan DNI:

⁷³Wawancara dengan DNI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.20 Wib.

⁷⁴Wawancara dengan DNI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.20 Wib.

⁷⁵Wawancara dengan DNI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.20 Wib.

⁷⁶Wawancara dengan DNI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.20 Wib.

⁷⁷Wawancara dengan DNI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.20 Wib.

“Rasa khas makanan yang unik.”⁷⁸

Selanjutnya penulis menanyakan perihal lokasi Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi apakah sudah strategis atau belum. Berikut penuturan DNI:

“Menurut saya sudah.”⁷⁹

Selanjutnya penulis menanyakan perihal strategi pemasaran yang dilakukan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi untuk menarik konsumen. Berikut penuturan DNI:

“Sopir yang membawa pelanggan disini di kasih makan dan rokok gratis dan di beri uang 100 ribu.”⁸⁰

Selanjutnya penulis menanyakan perihal kendala yang dihadapi dalam proses pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan DNI:

“Tidak Ada.”⁸¹

Selanjutnya penulis menanyakan perihal apakah harga yang ditawarkan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah sebanding dengan produk. Berikut penuturan DNI:

“Sudah.”⁸²

⁷⁸Wawancara dengan DNI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.20 Wib.

⁷⁹Wawancara dengan DNI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.20 Wib.

⁸⁰Wawancara dengan DNI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.20 Wib.

⁸¹Wawancara dengan DNI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.20 Wib.

⁸²Wawancara dengan DNI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.20 Wib.

Selanjutnya penulis menanyakan perihal apakah harga yang ditawarkan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah mengikuti harga pasaran. Berikut penuturan DNI:

“Sepertinya sudah.”⁸³

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa DNI mulai bekerja di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sejak tahun 2017 karena diajak oleh keluarganya. Menurut juga, fasilitas yang disediakan meliputi mushola, toilet yang bersih dan wifi sangat membantu konsumen. Adapun tugas yang dikerjakan oleh DNI adalah sebagai pengantar minuman.

Menurut DNI jenis makanan yang ditawarkan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi meliputi bakso, nasi soto daging, nasi rawon, nasi pecel, nasi campur, lalapan ayam dan nila. Disebutkan juga bahwa makanan yang paling dicari oleh konsumen adalah bakso dan soto ayam. Harga yang ditawarkan pun sudah sesuai dengan kualitas produk, dan sudah mengikuti harga pasaran.

Disampaikan oleh DNI bahwa lokasi Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah cukup strategis. Menurut juga tidak ada kendala dalam proses pemasaran Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi karena pengelola rumah makan bekerjasama dengan para supir bus. Para supir bus yang membawa pelanggan diberikan makan dan rokok gratis serta uang 100 ribu rupiah.

⁸³Wawancara dengan DNI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.20 Wib.

Berikut adalah identitas subjek karyawan Rumah Makan Rahayu yang penulis wawancara:

Nama : WHY
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Umur : 23
 Pekerjaan : Karyawan
 Agama : Islam

Berikut hasil wawancara yang diperoleh penulis mengenai perihal sejak kapan dan bagaimana awalnya para karyawan mulai bekerja di Rumah Makan Rahayu. Berikut penuturan WHY:

“Bulan 1 tanggal 10 2017. Saya mendapat tawaran pekerjaan dari seorang teman yang rumahnya tidak jauh dari Rumah Makan Rahayu.”⁸⁴

Selanjutnya penulis menanyakan perihal sarana dan prasarana yang dimiliki Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan WHY:

“Mushola, toilet, wifi, dan lahan yang sangat luas.”⁸⁵

Selanjutnya penulis menanyakan perihal pembagian tugas karyawan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan WHY:

“Melayani pembeli dan menyiapkan soto dan rawon.”⁸⁶

⁸⁴Wawancara dengan WHY pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.40 Wib.

⁸⁵Wawancara dengan WHY pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.40 Wib.

⁸⁶Wawancara dengan WHY pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.40 Wib.

Selanjutnya penulis menanyakan perihal menu atau jenis makanan yang disajikan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan WHY :

“Menu Makanan Bakso, Nasi Soto Daging, Nasi Soto Daging, Nasi Rawon, Nasi Pecel, Nasi Campur, Lalapan Ayam dan Nila. Minumnya : Es Teh , Teh Panas dan Kopi/Kopi Susu.”⁸⁷

Selanjutnya penulis menanyakan perihal jenis makanan yang paling diminati konsumen. Berikut penuturan WHY:

“Nasi soto ayam, bakso, dan rawon.”⁸⁸

Selanjutnya penulis menanyakan perihal yang membedakan jenis makanan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dengan rumah makan lainnya. Berikut penuturan WHY:

“Dari segi resep yang berbeda.”⁸⁹

Selanjutnya penulis menanyakan perihal lokasi Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi apakah sudah strategis atau belum. Berikut penuturan WHY:

“Ya, saya rasa tempatnya sangat strategis, karena lokasinya berada ditengah-tengah antara sampit dan palangkaraya dan cocok untuk beristirahat juga disini ada wifi.”⁹⁰

⁸⁷Wawancara dengan WHY pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.40 Wib.

⁸⁸Wawancara dengan WHY pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.40 Wib.

⁸⁹Wawancara dengan WHY pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.40 Wib.

⁹⁰Wawancara dengan WHY pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.40 Wib.

Selanjutnya penulis menanyakan perihal strategi pemasaran yang dilakukan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi untuk menarik konsumen.

Berikut penuturan WHY:

“Saya rasa disini tempat bersinggahnya bus atau travel. Kami juga bekerja sama dengan Bus atau travel untuk bisa singgah disini. Mungkin karena itu yang bisa menarik pelanggan atau konsumen.”⁹¹

Selanjutnya penulis menanyakan perihal kendala yang dihadapi dalam proses pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi.

Berikut penuturan WHY:

“Menurut saya tidak ada karena aman-aman saja.”⁹²

Selanjutnya penulis menanyakan perihal apakah harga yang ditawarkan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah sebanding dengan produk. Berikut penuturan WHY:

“Sudah.”⁹³

Selanjutnya penulis menanyakan perihal apakah harga yang ditawarkan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah mengikuti harga pasaran. Berikut penuturan WHY:

“Sudah.”⁹⁴

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa WHY bekerja di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sejak tanggal 10 bulan Januari tahun

⁹¹Wawancara dengan WHY pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.40 Wib.

⁹²Wawancara dengan WHY pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.40 Wib.

⁹³Wawancara dengan WHY pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.40 Wib.

⁹⁴Wawancara dengan WHY pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 09.40 Wib.

2017. WHY mendapat pekerjaan ini dari teman yang rumahnya tidak jauh dari Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Menurut WHY fasilitas yang disediakan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi meliputi mushola, toilet, wifi dan lahan yang sangat luas. Sedangkan tugas WHY adalah melayani pembeli dan menyiapkan soto dan rawon.

Disampaikan oleh WHY bahwa menu yang ditawarkan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi pun beragam meliputi bakso, nasi soto daging, nasi soto ayam, nasi rawon, nasi pecel, nasi campur, lalapan ayam dan nila. Menurutnya reseplah yang membedakan masakan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dengan masakan rumah makan lainnya. Sedangkan menu yang paling sering dicari oleh konsumen adalah nasi soto ayam, bakso dan rawon.

Dari hasil wawancara dengan WHY diketahui bahwa Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi memiliki tempat yang strategis karena lokasinya berada di tengah-tengah antara Sampit dan Palangka Raya, dan cocok untuk beristirahat, terlebih lagi disediakan wifi gratis bagi konsumen. Menurut WHY lokasi Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi merupakan tempat bersinggahnya bus dan travel. Pengelola bekerja sama dengan bus dan travel yang singgah, menurutnya hal itulah yang bisa menarik konsumen.

Berikut adalah identitas subjek karyawan Rumah Makan Rahayu yang penulis wawancara:

Nama : MSA

Jenis Kelamin : Laki-laki
 Umur : 24
 Pekerjaan : Karyawan
 Agama : Islam

Berikut hasil wawancara yang diperoleh penulis mengenai perihal sejak kapan dan bagaimana awalnya para karyawan mulai bekerja di Rumah Makan Rahayu. Berikut penuturan MSA:

“Sejak bulan Desember 2016 , asaya dapat bekerja di Rumah Makan Rahayu ini menggantikan kakak saya yang sudah berhenti bekerja.”⁹⁵

Selanjutnya penulis menanyakan perihal sarana dan prasarana yang dimiliki Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan MSA:

“Mushola, toilet yang bersih, wifi, dan tempat parkir.”⁹⁶

Selanjutnya penulis menanyakan perihal pembagian tugas karyawan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan MSA:

“Tugas saya adalah menjaga makanan ringan yang di warung belakang seperti pentol, kopi, mie instan dan lain-lain.”⁹⁷

Selanjutnya penulis menanyakan perihal menu atau jenis makanan yang disajikan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan MSA :

⁹⁵Wawancara dengan MSA pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.00 Wib.

⁹⁶Wawancara dengan MSA pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.00 Wib.

⁹⁷Wawancara dengan MSA pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.00 Wib.

“Menu Makanan Bakso, Nasi Soto Daging, Nasi Soto Daging, Nasi Rawon, Nasi Pecel, Nasi Campur, Lalapan Ayam dan Nila. Minumnya : Es Teh , Teh Panas dan Kopi/Kopi Susu.”⁹⁸

Selanjutnya penulis menanyakan perihal jenis makanan yang paling diminati konsumen. Berikut penuturan MSA:

“Rawon dan soto ayam.”⁹⁹

Selanjutnya penulis menanyakan perihal yang membedakan jenis makanan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dengan rumah makan lainnya. Berikut penuturan MSA:

“Menurut saya dengan ciri khas rasa yang berbeda.”¹⁰⁰

Selanjutnya penulis menanyakan perihal lokasi Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi apakah sudah strategis atau belum. Berikut penuturan MSA:

“Sudah.”¹⁰¹

Selanjutnya penulis menanyakan perihal strategi pemasaran yang dilakukan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi untuk menarik konsumen. Berikut penuturan MSA:

“Karena ada sopir bus dan travel yang singgah di Rumah makan Rahayu jadi pelanggan banyak yang tau.”¹⁰²

⁹⁸Wawancara dengan MSA pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.00 Wib.

⁹⁹Wawancara dengan MSA pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.00 Wib.

¹⁰⁰Wawancara dengan MSA pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.00 Wib.

¹⁰¹Wawancara dengan MSA pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.00 Wib.

¹⁰²Wawancara dengan MSA pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.00 Wib.

Selanjutnya penulis menanyakan perihal kendala yang dihadapi dalam proses pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan MSA:

“Tidak ada.”¹⁰³

Selanjutnya penulis menanyakan perihal apakah harga yang ditawarkan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah sebanding dengan produk. Berikut penuturan MSA:

“Sudah.”¹⁰⁴

Selanjutnya penulis menanyakan perihal apakah harga yang ditawarkan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah mengikuti harga pasaran. Berikut penuturan MSA:

“Sudah.”¹⁰⁵

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa MSA bekerja di Rumah Makan Rahayu Kereng pangi sejak bulan Desember tahun 2016 karena menggantikan kakaknya. Menurutnya fasilitas yang disediakan sudah memadai meliputi mushola, toilet, wifi dan tempat parkir. Sedangkan untuk tugas, MSA bertugas menjaga makan ringan yang berada di warung bagian belakang.

Menurut penuturan MSA, menu yang ditawarkan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi antara lain bakso, soto, nasi campur, rawon, pecel,

¹⁰³Wawancara dengan MSA pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.00 Wib.

¹⁰⁴Wawancara dengan MSA pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.00 Wib.

¹⁰⁵Wawancara dengan MSA pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.00 Wib.

dan lalapan. Di warung yang berada di bagian belakang juga menyediakan makanan ringan seperti pentol, kopi, mie instan, dll. Harga yang ditawarkan menurutnya juga terjangkau dan sudah sesuai dengan pasaran.

Disampaikan juga oleh MSA bahwa lokasi Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah strategis. Dengan adanya supir bus dan travel yang singgah di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi, menjadikan rumah makan ini banyak diketahui konsumen. Sejah ini menurut MSA tidak ada kendala dalam pemasaran Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini.

Berikut adalah identitas subjek karyawan Rumah Makan Rahayu yang penulis wawancara:

Nama	: AMN
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Umur	: 36
Pekerjaan	: Karyawan
Agama	: Islam

Berikut hasil wawancara yang diperoleh penulis mengenai perihal sejak kapan dan bagaimana awalnya para karyawan mulai bekerja di Rumah Makan Rahayu. Berikut penuturan AMN:

“Sejak bulan maret 2016 , saya dapat bekerja di Rumah Makan Rahayu ini diajak kakak saya.”¹⁰⁶

Selanjutnya penulis menanyakan perihal sarana dan prasarana yang dimiliki Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan AMN:

¹⁰⁶Wawancara dengan AMN pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.30 Wib.

“Mushola, Toilet yang bersih, kamar mandi, Wifi, dan tempat parkir.”¹⁰⁷

Selanjutnya penulis menanyakan perihal pembagian tugas karyawan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan AMN:

“Tugas saya jaga kasir dan menjualkan bakso.”¹⁰⁸

Selanjutnya penulis menanyakan perihal menu atau jenis makanan yang disajikan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan AMN :

“Menu Makanan Bakso, Nasi Soto Daging, Nasi Soto Daging, Nasi Rawon, Nasi Pecel, Nasi Campur, Lalapan Ayam dan Nila. Minumnya : Es Teh ? Teh Panas dan Kopi/Kopi Susu.”¹⁰⁹

Selanjutnya penulis menanyakan perihal jenis makanan yang paling diminati konsumen. Berikut penuturan AMN:

“Rawon dan soto ayam serta bakso yang menurut saya paling laris.”¹¹⁰

Selanjutnya penulis menanyakan perihal yang membedakan jenis makanan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dengan rumah makan lainnya. Berikut penuturan AMN:

“Resep yang beda.”¹¹¹

¹⁰⁷Wawancara dengan AMN pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.30 Wib.

¹⁰⁸Wawancara dengan AMN pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.30 Wib.

¹⁰⁹Wawancara dengan AMN pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.30 Wib.

¹¹⁰Wawancara dengan AMN pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.30 Wib.

¹¹¹Wawancara dengan AMN pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.30 Wib.

Selanjutnya penulis menanyakan perihal lokasi Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi apakah sudah strategis atau belum. Berikut penuturan AMN:

“Sudah.”¹¹²

Selanjutnya penulis menanyakan perihal strategi pemasaran yang dilakukan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi untuk menarik konsumen. Berikut penuturan AMN:

“Singgahnya travel atau bus jadi banyak pelanggan yang datang kesini untuk makan.”¹¹³

Selanjutnya penulis menanyakan perihal kendala yang dihadapi dalam proses pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan AMN:

“Tidak ada.”¹¹⁴

Selanjutnya penulis menanyakan perihal apakah harga yang ditawarkan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah sebanding dengan produk. Berikut penuturan AMN:

“Sudah.”¹¹⁵

Selanjutnya penulis menanyakan perihal apakah harga yang ditawarkan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah mengikuti harga pasaran. Berikut penuturan AMN:

¹¹²Wawancara dengan AMN pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.30 Wib.

¹¹³Wawancara dengan AMN pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.30 Wib.

¹¹⁴Wawancara dengan AMN pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.30 Wib.

¹¹⁵Wawancara dengan AMN pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.30 Wib.

“Sudah.”¹¹⁶

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa AMN bekerja di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sejak bulan Maret tahun 2016, karena diajak kakaknya. Menurut AMN, fasilitas yang disediakan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi adalah mushola, toilet, kamar mandi, wifi, dan tempat parkir. Tugas AMN adalah menjaga kasir dan melayani pesanan bakso.

Dari hasil wawancara diketahui juga bahwa jenis makanan yang ditawarkan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi beragam, mulai dari bakso, soto, pecel, rawon, nasi campur, dan lalapan. Menurut AMN rawon, soto ayam, dan bakso merupakan menu yang paling laris. Resep yang berbeda menjadikan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi berbeda dengan rumah makan lainnya.

Menurut AMN lokasi Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah cukup strategis. Dengan singgahnya travel atau bus menjadikan banyak pelanggan yang datang untuk makan. Harga yang dipatok menurut AMN juga sudah standar dan sesuai dengan pasaran. Sejauh ini belum ada kendala dalam proses pemasaran Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi.

Dari hasil observasi dan wawancara dengan beberapa karyawan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi diketahui bahwa untuk menarik konsumen pengelola rumah makan menawarkan berbagai jenis makanan dan minuman. Disamping itu pengelola rumah makan juga menyediakan

¹¹⁶Wawancara dengan AMN pada hari Jum'at, tanggal 30 September 2018, Pukul 10.30 Wib.

berbagai fasilitas umum yang dapat digunakan oleh konsumen. Harga yang ditawarkan juga terjangkau dan telah disesuaikan dengan harga di pasaran.

Lokasi Rumah Makan yang strategis yang berada di jalur trans Kalimantan membuat Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi menjadi salah satu rumah makan yang paling banyak disinggahi oleh bus antar kota dan provinsi. Mengingat di jalur trans Kalimantan masih sulit menemukan rumah makan yang memiliki fasilitas yang mumpuni. Hal ini menjadi salah satu strategi yang paling efektif dalam pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini.

Sasaran konsumen dari Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi tidak hanya penduduk sekitar rumah makan saja, melainkan juga para penumpang angkutan umum seperti bus antar kota antar provinsi, travel, taksi-taksi maupun mobil-mobil pribadi yang melintasi jalur trans Kalimantan.

Lokasi Rumah Makan yang berada di jalur trans Kalimantan tentu memiliki beragam keuntungan dan resiko. Selain berbagai keuntungan yang telah disampaikan di atas, menurut para karyawan sejauh ini tidak ada halangan yang berarti dalam usaha pemasaran Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini.

3. *Pengguna Jasa Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi*

Untuk memperoleh data mengenai bagaimana strategi pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi penulis melakukan wawancara terhadap beberapa pengguna jasa Rumah Makan Rahayu Kereng

Pangi. Berikut adalah identitas pengguna jasa Rumah Makan Rahayu yang berhasil penulis wawancara:

Nama : BUI
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Umur : 38
 Pekerjaan : IRT
 Agama : Islam

Pertama-tama penulis menanyakan bagaimana konsumen mengetahui keberadaan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan BUI :

“Karena mengikuti Bus yang saya tumpangi berhenti jadi makan di sini aja.”¹¹⁷

Selanjutnya penulis menanyakan perihal yang membuat konsumen tertarik untuk makan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan BUI :

“Mau tidak mau makan disini.”¹¹⁸

Selanjutnya penulis menanyakan perihal apakah mereka memilih Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi karena harganya yang terjangkau sesuai dengan kualitas produknya. Berikut penuturan BU:

“Tentu iya karena harganya terjangkau.”¹¹⁹

¹¹⁷Wawancara dengan BUI pada hari Jum'at, tanggal 30 September 2018, Pukul 12.30 Wib.

¹¹⁸Wawancara dengan BUI pada hari Jum'at, tanggal 30 September 2018, Pukul 12.30 Wib.

¹¹⁹Wawancara dengan BUI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 12.30 Wib.

Selanjutnya penulis menanyakan perihal harga yang ditawarkan apakah sudah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Berikut penuturan BUI:

“Pas saja menurut saya.”¹²⁰

Selanjutnya penulis menanyakan perihal jenis makanan yang konsumen ketahui dari Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan BUI:

“saya kurang mengetahui berapa banyak yang pastinya bakso, rawon soto ayam dan soto daging itu setau saya.”¹²¹

Selanjutnya penulis menanyakan jenis makanan yang cenderung disukai oleh konsumen. Berikut penuturan BUI:

“Bakso karena gampang makannya.”¹²²

Selanjutnya penulis menanyakan perihal tanggapan terhadap produk yang diberikan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan BUI:

“Bisaa aja sama pada umumnya.”¹²³

Selanjutnya penulis menanyakan perihal lokasi Rumah makan, apakah lokasinya cukup strategis untuk menarik pelanggan atau tidak. Berikut penuturan BUI:

“Sudah karena diinggir jalan.”¹²⁴

¹²⁰Wawancara dengan BUI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 12.30 Wib.

¹²¹Wawancara dengan BUI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 12.30 Wib.

¹²²Wawancara dengan BUI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 12.30 Wib.

¹²³Wawancara dengan BUI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 12.30 Wib..

Selanjutnya penulis menanyakan perihal kenyamanan konsumen terhadap fasilitas yang ditawarkan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan BUI:

“Nyaman sekali karena ada mesjidnya jadi memudahkan konsumen untuk beribadah.”¹²⁵

Selanjutnya penulis menanyakan perihal pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan BUI:

“Sudah baik.”¹²⁶

Terakhir penulis menanyakan apakah rumah makan ini menjadi alternatif utama untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dan fasilitas yang paling sering digunakan oleh konsumen. Berikut penuturan BUI:

“Iya karena perjalanan jauh jadi harus makan. Fasilitas yang sering saya gunakan yaitu mesjid toilet dan wifi karena gratis.”¹²⁷

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa BUI mengetahui keberadaan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi karena mengikuti bus yang ditumpanginya. Dalam perjalanan bus yang BUI tumpangi berhenti untuk beristirahat di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini. Sehingga mau tidak mau BUI pun ikut singgah di rumah makan ini. Menurut BUI harga yang ditawarkan sudah relatif terjangkau.

¹²⁴Wawancara dengan BUI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 12.30 Wib.

¹²⁵Wawancara dengan BUI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 12.30 Wib.

¹²⁶Wawancara dengan BUI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 12.30 Wib.

¹²⁷Wawancara dengan BUI pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 12.30 Wib.

Menurut BUI jenis makanan yang ditawarkan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi antara lain bakso, rawon, soto ayam dan soto daging. Saat singgah bisaanya beliau memesan bakso, karena menurutnya mudah untuk memakannya. Menurut BUI produk yang ditawarkan kurang lebih sama dengan rumah makan lainnya.

Dari segi lokasi menurut pengakuan BUI, lokasi Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah strategis karena berada di pinggir jalan. Sangat nyaman karena disediakan mushola sehingga memudahkan konsumen untuk beribadah. Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi menjadi alternatif utama bagi BUI untuk memenuhi kebutuhan makan dan ibadah.

Berikut adalah identitas pengguna jasa Rumah Makan Rahayu yang berhasil penulis wawancara:

Nama	: EDS
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Umur	: 42
Pekerjaan	: Wiraswasta
Agama	: Islam

Pertama-tama penulis menanyakan bagaimana konsumen mengetahui keberadaan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan EDS :

“Tahu sendiri Karena saya sopir yang mengantarkan pelanggan buat makan disini.”¹²⁸

¹²⁸Wawancara dengan EDS pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.00 Wib.

Selanjutnya penulis menanyakan perihal yang membuat konsumen tertarik untuk makan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan EDS :

“Karena makanan yang bermacam-macam.”¹²⁹

Selanjutnya penulis menanyakan perihal apakah mereka memilih Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi karena harganya yang terjangkau sesuai dengan kulaitas produknya. Berikut penuturan EDS:

“Harga terjangkau bersih, nyaman bisa buat santai dan juga ada wifi.”¹³⁰

Selanjutnya penulis menanyakan perihal harga yang ditawarkan apakah sudah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Berikut penuturan EDS:

“Sudah pasti.”¹³¹

Selanjutnya penulis menanyakan perihal jenis makanan yang konsumen ketahui dari Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan EDS:

“soto ayam, soto daging, bakso rawon dll.”¹³²

Selanjutnya penulis menanyakan jenis makanan yang cenderung disukai oleh konsumen. Berikut penuturan EDS:

“Sop daging, pecel bakso dan rawon.”¹³³

¹²⁹Wawancara dengan EDS pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.00 Wib.

¹³⁰Wawancara dengan EDS pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.00 Wib.

¹³¹Wawancara dengan EDS pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.00 Wib.

¹³²Wawancara dengan EDS pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.00 Wib.

Selanjutnya penulis menanyakan perihal tanggapan terhadap produk yang diberikan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan EDS:

“Enak akan tetapi nasinya terlalu keras.”¹³⁴

Selanjutnya penulis menanyakan perihal lokasi Rumah makan, apakah lokasinya cukup strategis untuk menarik pelanggan atau tidak. Berikut penuturan EDS:

“Sudah.”¹³⁵

Selanjutnya penulis menanyakan perihal kenyamanan konsumen terhadap fasilitas yang ditawarkan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan EDS:

“Sudah.”¹³⁶

Selanjutnya penulis menanyakan perihal pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan EDS:

“Baik.”¹³⁷

Terakhir penulis menanyakan apakah rumah makan ini menjadi alternatif utama untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dan fasilitas yang paling sering digunakan oleh konsumen. Berikut penuturan EDS:

¹³³Wawancara dengan EDS pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.00 Wib.

¹³⁴Wawancara dengan EDS pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.00 Wib.

¹³⁵Wawancara dengan EDS pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.00 Wib.

¹³⁶Wawancara dengan EDS pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.00 Wib.

¹³⁷Wawancara dengan EDS pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.00 Wib.

“Iya pasti karena saya membawa penumpang buat makan disini dan kami juga kerja sama pihak rumah makan rahayu yang selalu di kasih dan rokok gratis. Fasilitas yang sering saya gunakan yaitu mesjid toilet.”¹³⁸

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa EDS mengetahui keberadaan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi karena beliau adalah seorang supir. Menurut EDS, Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi menyediakan bermacam-macam menu makanan, sehingga ia sering mengantarkan penumpangnya untuk singgah di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Diakuinya juga bahwa harga yang ditawarkan relative terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Selain rasa makanan yang sesuai dengan lidah, namun EDS kurang cocok dengan nasi di Rumah Makan Rahayu Kereng pangi ini karena terlalu keras menurutnya.

Dari hasil wawancara menurut EDS lokasi Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini sudah strategis. Begitu juga dengan fasilitas yang disediakan sudah sangat membantu kebutuhan konsumen. EDS bekerjasama dengan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dengan membawa penumpangnya singgah di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini. Sebagai imbalannya EDS mendapat jatah makan dan rokok secara gratis.

Berikut adalah identitas pengguna jasa Rumah Makan Rahayu yang berhasil penulis wawancara:

¹³⁸Wawancara dengan EDS pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.00 Wib.

Nama : SLM
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Umur : 38
 Pekerjaan : Guru
 Agama : Islam

Pertama-tama penulis menanyakan bagaimana konsumen mengetahui keberadaan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan SLM :

“Saya ikut travel langganan yang selalu berhenti di rumah makan rahayu ini.”¹³⁹

Selanjutnya penulis menanyakan perihal yang membuat konsumen tertarik untuk makan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan SLM :

“Saya setiap bulan ke palangka selalu singgah di rumah makan ini karena bersih dan nyaman tempatnya luas juga.”¹⁴⁰

Selanjutnya penulis menanyakan perihal apakah mereka memilih Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi karena harganya yang terjangkau sesuai dengan kualitas produknya. Berikut penuturan SLM:

“sangat murah menurut saya.”¹⁴¹

Selanjutnya penulis menanyakan perihal harga yang ditawarkan apakah sudah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Berikut penuturan SLM:

¹³⁹Wawancara dengan SLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.20 Wib.

¹⁴⁰Wawancara dengan SLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.20 Wib.

¹⁴¹Wawancara dengan SLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.20 Wib.

“Sudah karena rasanya enak.”¹⁴²

Selanjutnya penulis menanyakan perihal jenis makanan yang konsumen ketahui dari Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan SLM:

“Rawon, bakso dan lalapan ayam nila soto ayam dan daging.”¹⁴³

Selanjutnya penulis menanyakan jenis makanan yang cenderung disukai oleh konsumen. Berikut penuturan SLM:

“Setiap makan di sini bakso yang saya cicipi karena sudah hampir 4 tahun mencicipi rasanya masih sama.”¹⁴⁴

Selanjutnya penulis menanyakan perihal tanggapan terhadap produk yang diberikan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan SLM:

“Sangat nyaman pokoknya.”¹⁴⁵

Selanjutnya penulis menanyakan perihal lokasi Rumah makan, apakah lokasinya cukup strategis untuk menarik pelanggan atau tidak. Berikut penuturan SLM:

“Sudah karena diinggir jalan menuju kota palangka raya dan sebaliknya.”¹⁴⁶

¹⁴²Wawancara dengan SLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.20 Wib.

¹⁴³Wawancara dengan SLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.20 Wib.

¹⁴⁴Wawancara dengan SLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.20 Wib.

¹⁴⁵Wawancara dengan SLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.20 Wib.

¹⁴⁶Wawancara dengan SLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.20 Wib.

Selanjutnya penulis menanyakan perihal kenyamanan konsumen terhadap fasilitas yang ditawarkan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan SLM:

“Nyaman sekali karena bisa menikmati wifi gratis.”¹⁴⁷

Selanjutnya penulis menanyakan perihal pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan SLM:

“Baik.”¹⁴⁸

Terakhir penulis menanyakan apakah rumah makan ini menjadi alternatif utama untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dan fasilitas yang paling sering digunakan oleh konsumen. Berikut penuturan SLM:

“Iya karena saya sudah berlangganan.”¹⁴⁹

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa SLM mengetahui keberadaan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini karena ikut travel langganannya yang sering mampir di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini. Karena setiap bulan SLM berkunjung ke Palangka Raya, ia merasa nyaman singgah di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi karena tempatnya yang bersih dan luas. Ditambah lagi citarasa makanan yang menurutnya enak dengan harga yang terjangkau.

Beberapa jenis makanan yang SLM ketahui dari Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi antara lain adalah rawon, bakso, lalapan dan soto.

¹⁴⁷Wawancara dengan SLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.20 Wib.

¹⁴⁸Wawancara dengan SLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.20 Wib.

¹⁴⁹Wawancara dengan SLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.20 Wib..

Ketika singgah di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini SLM mengaku selalu memesan bakso. Menurutnya sudah hampir 4 tahun ia mencicipi bakso di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini namun rasanya masih tetap sama.

Menurut SLM lokasi Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah strategis karena berada di pinggir jalan menuju kota Palangka Raya. Tempatnya yang nyaman karena bisa menggunakan wifi dengan gratis. Terlebih lagi SLM menjadikan Rumah Makan Rahayu Kereng pangi sebagai alternatif utama ketika bepergian. SLM mengaku sudah berlangganan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini.

Berikut adalah identitas pengguna jasa Rumah Makan Rahayu yang berhasil penulis wawancara:

Nama	: HLM
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Umur	: 43
Pekerjaan	: Wiraswasta
Agama	: Islam

Pertama-tama penulis menanyakan bagaimana konsumen mengetahui keberadaan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan HLM :

“Saya sopir jadi saya tau tempat makan yang nyaman buat pelanggan.”¹⁵⁰

¹⁵⁰Wawancara dengan HLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.45 Wib.

Selanjutnya penulis menanyakan perihal yang membuat konsumen tertarik untuk makan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan HLM :

“Karena saya membawa pelanggan jadi saya makan gratis.”¹⁵¹

Selanjutnya penulis menanyakan perihal apakah mereka memilih Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi karena harganya yang terjangkau sesuai dengan kualitas produknya. Berikut penuturan HLM:

“Harganya terjangkau untuk pelanggan khususnya mahasiswa menurut saya.”¹⁵²

Selanjutnya penulis menanyakan perihal harga yang ditawarkan apakah sudah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Berikut penuturan HLM:

“Sudah.”¹⁵³

Selanjutnya penulis menanyakan perihal jenis makanan yang konsumen ketahui dari Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan HLM:

“Rawon bakso pecel soto daging ,ayam , lalapan ayam dan nila.”¹⁵⁴

Selanjutnya penulis menanyakan jenis makanan yang cenderung disukai oleh konsumen. Berikut penuturan HLM:

¹⁵¹Wawancara dengan HLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.45 Wib.

¹⁵²Wawancara dengan HLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.45 Wib.

¹⁵³Wawancara dengan HLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.45 Wib.

¹⁵⁴Wawancara dengan HLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.45 Wib.

“Rawon dan pecel seta soto ayam.”¹⁵⁵

Selanjutnya penulis menanyakan perihal tanggapan terhadap produk yang diberikan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan HLM:

“Sudah pas rasanya.”¹⁵⁶

Selanjutnya penulis menanyakan perihal lokasi Rumah makan, apakah lokasinya cukup strategis untuk menarik pelanggan atau tidak. Berikut penuturan HLM:

“Sudah.”¹⁵⁷

Selanjutnya penulis menanyakan perihal kenyamanan konsumen terhadap fasilitas yang ditawarkan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan HLM:

“Sudah karena fasilitasnya lengkap.”¹⁵⁸

Selanjutnya penulis menanyakan perihal pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan HLM:

“Sudah baik.”¹⁵⁹

Terakhir penulis menanyakan apakah rumah makan ini menjadi alternatif utama untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dan fasilitas yang paling sering digunakan oleh konsumen. Berikut penuturan HLM:

¹⁵⁵Wawancara dengan HLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.45 Wib.

¹⁵⁶Wawancara dengan HLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.45 Wib.

¹⁵⁷Wawancara dengan HLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.45 Wib.

¹⁵⁸Wawancara dengan HLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.45 Wib.

¹⁵⁹Wawancara dengan HLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.45 Wib.

“Iya karena strategis sekali.”¹⁶⁰

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa HLM merupakan seorang supir, sehingga ia tau dimana saja rumah makan yang nyaman untuk pelanggannya. Karena HLM menjalin kerjasama dengan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi, maka setiap ia membawa penumpang untuk singgah ia mendapat makan gratis. Menurutnya harga yang ditawarkan relatif terjangkau apalagi untuk kantong mahasiswa, tentunya dengan kualitas rasa yang sesuai. Dari berbagai menu yang ditawarkan, ia paling sering memesan rawon, pecel dan soto ayam. Dari segi lokasi menurut HLM, Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah sangat strategis, ditambah dengan fasilitas yang disediakan sudah termasuk lengkap.

Berikut adalah identitas pengguna jasa Rumah Makan Rahayu yang berhasil penulis wawancara:

Nama	: KSR
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Umur	: 28
Pekerjaan	: Wiraswasta
Agama	: Islam

¹⁶⁰Wawancara dengan HLM pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 13.45 Wib.

Pertama-tama penulis menanyakan bagaimana konsumen mengetahui keberadaan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan KSR :

“Karena saya sering touring jadi sudah hapal dengan rumah makan rahayu ini.”¹⁶¹

Selanjutnya penulis menanyakan perihal yang membuat konsumen tertarik untuk makan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan KSR :

“Parkir yng luas makanan juga lengkap .”¹⁶²

Selanjutnya penulis menanyakan perihal apakah mereka memilih Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi karena harganya yang terjangkau sesuai dengan kulaitas produknya. Berikut penuturan KSR:

“Sangat terjangkau.”¹⁶³

Selanjutnya penulis menanyakan perihal harga yang ditawarkan apakah sudah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Berikut penuturan KSR:

“Sudah.”¹⁶⁴

¹⁶¹Wawancara dengan KSR pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 14.15 Wib.

¹⁶²Wawancara dengan KSR pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 14.15 Wib.

¹⁶³Wawancara dengan KSR pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 14.15 Wib.

¹⁶⁴Wawancara dengan KSR pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 14.15 Wib.

Selanjutnya penulis menanyakan perihal jenis makanan yang konsumen ketahui dari Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan KSR:

“Rawon nasi campur lalapan bakso soto daging dan pecel.”¹⁶⁵

Selanjutnya penulis menanyakan jenis makanan yang cenderung disukai oleh konsumen. Berikut penuturan KSR:

“Rawon , bakso dan soto ayam.”¹⁶⁶

Selanjutnya penulis menanyakan perihal tanggapan terhadap produk yang diberikan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan KSR:

“Sudah nyaman.”¹⁶⁷

Selanjutnya penulis menanyakan perihal lokasi Rumah makan, apakah lokasinya cukup strategis untuk menarik pelanggan atau tidak.

Berikut penuturan KSR:

“Sudah.”¹⁶⁸

Selanjutnya penulis menanyakan perihal kenyamanan konsumen terhadap fasilitas yang ditawarkan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan KSR:

“Sudah.”¹⁶⁹

¹⁶⁵Wawancara dengan KSR pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 14.15 Wib.

¹⁶⁶Wawancara dengan KSR pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 14.15 Wib.

¹⁶⁷Wawancara dengan KSR pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 14.15 Wib.

¹⁶⁸Wawancara dengan KSR pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 14.15 Wib.

Selanjutnya penulis menanyakan perihal pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Berikut penuturan BUI:

“Sudah baik.”¹⁷⁰

Terakhir penulis menanyakan apakah rumah makan ini menjadi alternatif utama untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dan fasilitas yang paling sering digunakan oleh konsumen. Berikut penuturan KSR:

“Iya karena sudah langganan fasilitas wifi mushola dan toilet pastinya.”¹⁷¹

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa KSR sering melakukan perjalanan, sehingga menurutnya ia sudah hafal dengan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini. Menurut Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi memiliki lahan parkir yang luas, jenis makanan yang lengkap dengan harga yang terjangkau. Beberapa jenis makanan yang sering ia pesan saat mampir ke Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi adalah rawon, bakso dan soto ayam. Lokasi Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini juga sudah strategis menurut KSR. Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi menjadi salah satu alternatif bagi KSR ketika melakukan perjalanan karena sudah berlangganan dan memiliki fasilitas yang lengkap seperti mushola dan toilet.

¹⁶⁹Wawancara dengan KSR pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 14.15 Wib.

¹⁷⁰Wawancara dengan KSR pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 14.15 Wib.

¹⁷¹Wawancara dengan KSR pada hari Minggu, tanggal 30 September 2018, Pukul 14.15 Wib.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah penulis lakukan dengan kelima pengguna jasa Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi maka diketahui bahwa kebanyakan para konsumen mengetahui keberadaan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini karena mengikuti bus antar kota antar provinsi yang mereka tumpangi. Karena memiliki jenis makanan yang beragam juga ditunjang dengan fasilitas yang memadai menjadikan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini menjadi tempat yang banyak diminati konsumen. Terlebih lagi lokasi yang berada di Jalan trans Kalimantan sehingga Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini banyak digunakan sebagai tempat transit bus antar kota antar provinsi, juga para pengguna jalan trans Kalimantan.

Mengenai pemberian makan gratis dan tip kepada sopir bus antar kota antar provinsi yang membawa penumpang untuk singgah di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi merupakan salah satu strategi yang sangat bagus. Diibaratkan bahwa supir bus ini adalah sales dan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi adalah tokonya. Sehingga terjadi timbal balik yang saling menguntungkan.

C. Analisis Data

Makanan merupakan kebutuhan primer bagi manusia. Kebutuhan tingkat primer adalah sesuatu yang harus ada untuk keberadaan manusia atau tidak sempurna kehidupan manusia tanpa terpenuhinya kebutuhan tersebut. Belakangan ini, banyak bisnis makanan yang berkembang pesat. Salah satunya adalah bisnis rumah makan.

Bagi masyarakat yang tinggal di wilayah Kalimantan pasti paham dengan jalur trans Kalimantan yang sebagian wilayahnya masih berupa hutan dan rawa-rawa, sehingga tidak jarang para pengguna jalan trans Kalimantan kesulitan menemukan toko maupun rumah makan dalam setiap perjalanannya. Apalagi bagi pengguna jasa bus antar kota antar provinsi yang tidak bisa berhenti setiap saat. Untuk mengantisipasi hal tersebut usaha Rumah Makan yang bisa memfasilitasi kebutuhan konsumen selama di perjalanan pasti sangat menjanjikan. Dengan menempati lahan yang strategis dilengkapi dengan fasilitas yang memadai, tentunya akan sangat menguntungkan jika dapat dikelola dengan baik. Tentu dalam pelaksanaannya juga disesuaikan dengan syari'at Islam.

Sebelum melakukan analisis perlu adanya pengabsahan data, dimana dalam hal ini penulis melakukan Teknik *trianggulasi*. Teknik *trianggulasi* yang digunakan penulis adalah dengan melakukan *trianggulasi* sumber dengan cara:¹⁷²

- (1) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- (2) Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- (3) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi Penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.

¹⁷²Dikutip dari Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, ... h.178

- (4) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
- (5) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Berdasarkan konsep *trianggulasi* di atas maka penulis melakukan pengabsahan dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara. Setelah dilakukan pembandingan antara hasil pengamatan dengan hasil wawancara, dan juga dengan membandingkan dengan pengalaman pribadi penulis maka penulis menyimpulkan bahwa hasil wawancara yang dilakukan sesuai hasil pengamatan di lapangan. Artinya subyek yang diwawancarai memberikan pernyataan sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah penulis paparkan pada bab penyajian data diketahui bahwa strategi pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi adalah dengan menyediakan berbagai fasilitas umum seperti toilet yang bersih, lahan parkir yang luas, serta mushola. Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi juga menyediakan berbagai macam pilihan menu makanan, sehingga konsumen memiliki banyak alternative pilihan makanan dengan harga yang terjangkau. Selain itu untuk supir bus antar kota antar propinsi yang bekerjasama dengan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi mendapatkan tip dan makan gratis.

1. Strategi Pemasaran Usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangsi

Menurut teori Bauran Pemasaran seperti yang sudah penulis jabarkan di bab II, bahwa teori Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasarnya. Dimana produk, harga, distribusi, dan promosi saling berhubungan yang mana setiap elemennya saling mempengaruhi. Jerome Mc-Carthy dalam fandy Tjiptono merumuskan bauran pemasaran menjadi 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).

a. *Product*

Product (produk) adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk dalam hal ini dapat berupa barang dan jasa. Produk diproduksi guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Selain itu perlu diperhatikan juga mengenai manfaat atau kegunaan produk tersebut.

Produk yang baik adalah produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan penggunaannya. Dalam proses penciptaannya produk yang baik harus bersumber dari bahan baku yang baik pula, harus di olah dengan baik sehingga menghasilkan produk yang baik pula. Dalam pemasarannya agar menjadi manfaat juga sebaiknya dipasarkan dengan cara yang baik dan legal.

Dalam hal ini produk yang ditawarkan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangsi adalah makanan dan minuman. Berbagai jenis

makanan disuguhkan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi kepada para konsumennya. Mulai dari Soto Ayam, Soto Daging, Bakso, Rawon, Pecel, Nasi Campur, Lalapan Ayam, Lalapan Nila. Jenis makanan yang ditawarkan disesuaikan dengan kondisi lingkungan sekitar. Hal ini guna memberikan berbagai alternatif pilihan kepada para konsumen sehingga konsumen bisa memilih sesuai dengan keinginan masing-masing. Jenis makanannyang ditawarkan juga merupakan jenis makanan yang mudah untuk dibuat sehingga tidak membutuhkan waktu lama dalam penyajiannya. Sehingga konsumen tidak perlu membuang waktu menunggu pesanan makanannya, dan memiliki lebih banyak waktu untuk beristirahat. Disamping makanan yang bervariasi, Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi juga menyediakan berbagai macam minuman, mulai dari yang bisaa, dingin, hingga panas.

Selain menyediakan produk berupa makanan berat, Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi juga menyediakan produk makanan ringan. Produk ini disediakan bagi konsumen yang hanya ingin sekedar duduk santai sambil minum kopi atau teh. Hal ini dikarenakan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi bekerjasama dengan beberapa warung kelontong yang menyediakan berbagai kebutuhan sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen. Sehingga konsumen tidak perlu jauh-jauh keluar dari area Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi untuk mencari warung kelontong.

b. Price

Price (harga) merupakan ukuran nilai yang harus dibayar untuk suatu produk yang dibeli. Dalam hal ini penentuan harga ditentukan langsung oleh pemilik Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dengan mempertimbangkan berbagai hal seperti harga bahan baku, daya beli konsumen, dan ketersediaan produk. Penentuan harga juga disesuaikan dengan besaran harga yang ditetapkan oleh Rumah Makan sejenis yang ada di sekitaran lokasi tersebut.

Harga produk yang ditawarkan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi berkisar antara Rp 20.000,00 (dua puluh ribu rupiah) hingga Rp 25.000,00 (dua puluh lima ribu rupiah) untuk satu porsi makanan. Harga yang dipatok bisaanya sudah termasuk dengan minuman, yang paling sering adalah es teh. Harga yang dipatok bisaanya tidak jauh berbeda dengan rumah makan lain yang sama-sama berada di jalur trans Kalimantan. Dalam perjalanan sebuah usaha terkadang ada pasang surutnya. Di saat hari libur atau peringatan hari besar lainnya, terkadang harga bahan baku melonjak tinggi. Namun sebaiknya sebagai pemilik usaha tidak dengan seenaknya ikut menaikkan harga. Harga yang tinggi dengan kualitas yang rendah justru membuat para konsumen berpikir dua kali untuk membeli produk kita. Seperti yang dikatakan banyak orang “ada harga ada rasa” jadi jangan berharap dengan harga yang murah akan mendapatkan rasa yang luar biasa.

Namun sebagai pelaku usaha sebaiknya selalu berusaha untuk memberikan citarasa yang enak namun dengan harga yang terjangkau. Harga yang terjangkau disini bukan berarti harus murah, namun disesuaikan dengan harga pada umumnya. Jangan sampai dengan produk yang sama namun memiliki perbandingan harga yang sangat jauh.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi diketahui bahwa pihak pengelola selalu berusaha menjaga cita rasa dari setiap jenis makanannya. Selain itu pengelola juga berusaha menjaga kestabilan harga produknya agar dapat selalu dijangkau oleh konsumennya. Salah satu cara yang digunakan oleh pengelola Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi untuk menjaga kestabilan harga produknya adalah dengan system tanggung renteng. Dengan cara menghitung berapa rata-rata kebutuhan produksi dan keuntungan tiap harinya. Sehingga jika terjadi lonjakan harga bahan baku di pasaran biaya produksi dapat tertutupi.

Selain itu menurut pihak pengelola Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi, pihaknya berusaha menjaga konsumen. Menjaga konsumen di sini artinya mengurangi keuntungan dengan cara tidak menaikkan harga. Artinya di saat harga kebutuhan produksi naik, agar harga jual tetap dapat dijangkau oleh konsumen, maka profit dari rumah makan itu diturunkan. Disebutkan juga bahwa lebih baik mengurangi keuntungan menjadi sedikit tapi konsumen tetap ada bahkan mungkin

akan bertambah, disbanding dengan cara menaikkan harga atau mengurangi kualitas produk tetapi konsumen pergi.

Sebuah usaha tidak hanya berjalan sehari dua hari saja maka keberadaan konsumen sangat menentukan pendapatan suatu rumah makan. Jangan sampai karena ingin mendapatkan keuntungan yang besar dengan cepat, pengelola mematok harga yang sangat tinggi guna memperoleh keuntungan yang besar. Konsumen memanglah raja, oleh sebab itu memberikan produk dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau juga menjadi kewajiban setiap produsen.

c. *Place*

Place (tempat) merupakan lokasi yang digunakan untuk mendirikan usaha, yang dapat mudah dijangkau dan dilihat konsumen. Penentuan tempat atau lokasi juga akan mempengaruhi harga jual suatu produk. Suatu tempat atau lokasi dikatakan strategis jika berada setidaknya dekat atau tidak terlalu jauh dari jalan raya (jalan utama). Apalagi sebagai Rumah Makan yang berada di jalur trans Kalimantan, sewajarnya jika Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi berada di Jalan Raya Kereng Pangi KM 17.

Usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi telah memenuhi peraturan Menteri kesehatan RI No.304/MenKes/Per/89 tentang Persyaratan rumah makan. Dalam hal ini yang dimaksud rumah makan sesuai dengan peraturan tersebut adalah rumah makan yang bangunannya sebagian atau seluruhnya merupakan bangunan permanen

dan dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan penyimpanan, dan penjualan makanan dan minuman bagi umum.

Secara nyata Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah sangat memenuhi persyaratan tersebut di atas. Dengan menempati lahan pribadi, dengan bangunan yang seluruhnya sudah permanen. Ditambah dengan kelengkapan untuk mengolah dan menyimpan makanan. Kelengkapan untuk konsumen seperti meja, bangku, dan peralatan makan juga tersedia dengan baik.

Sebagai rumah makan yang professional selain telah memenuhi persyaratan sebagai rumah makan, selain itu lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen, tempat atau lokasi usaha juga harus ditata sedemikian rupa agar dapat menampung dan memenuhi kebutuhan konsumen. Ketersediaan fasilitas yang memadai juga menjadi daya tarik bagi konsumen untuk memilih tempat mana yang ingin mereka singahi. Di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini selain letaknya yang strategis karena berada di pinggir jalan utama, juga memiliki lahan yang cukup luas sehingga memungkinkan untuk kendaraan parkir tidak jauh dari rumah makan.

Fasilitas lain yang disediakan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi adalah tersedianya toilet dan mushola yang bersih, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumennya. Konsumen dapat menggunakan fasilitas toilet umum dengan memberikan sumbangan

sukarela sebagai dana kebersihan, dalam hal ini tidak dipaksakan. Konsumen juga boleh menggunakan fasilitas yang disediakan tanpa harus makan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Adanya warung-warung kelontong di area Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi juga sangat membantu memenuhi kebutuhan konsumen.

d. Promotion

Promotion (promosi) merupakan kegiatan menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan kepada calon konsumen sehingga dapat menarik minat konsumen tersebut. Dalam hal ini Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi menjadikan hubungan masyarakat (*public relation*) sebagai alat promosi utamanya. Dimana perusahaan dalam hal ini Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi tidak hanya harus berhubungan dengan pelanggan (konsumen), pemasok, dan penyalur, tetapi juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan public yang lebih besar.

Karena Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi terletak di Jalur trans Kalimantan, maka sasaran utama dari produknya adalah masyarakat yang melintasi jalur trans Kalimantan yang menggunakan jasa angkutan umum antar kota antar provinsi. Dalam menjalankan promosinya Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi bekerjasama dengan penyedia jasa angkutan antar kota antar provinsi yang melintas di jalur trans Kalimantan. Bentuk kerjasama yang dilakukan adalah dengan memberikan paket tip dan makan gratis kepada supir angkutan yang

membawa penumpangnya untuk singgah ke Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi.

Selain dengan bekerjasama dengan penyedia jasa angkutan umum, promosi yang dilakukan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi juga menerapkan teknik penjualan perorangan (*personal selling*). Penjualan perseorangan terjadi akibat adanya interaksi antar individu yang saling bertemu untuk mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain dalam hal ini pihak lain adalah konsumen. Dengan menyediakan berbagai fasilitas umum yang dapat memenuhi kebutuhan para konsumen, pemilik Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi berharap agar setiap konsumen yang singgah mendapatkan kesan yang baik. Ketika kesan yang baik berhasil ditanamkan kepada konsumen, hal itu akan membuat konsumen tidak sungkan untuk kembali singgah ke Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Diharapkan dengan kesan yang baik ini secara tidak langsung dapat menjadi strategi promosi bagi Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi yaitu informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Informasi dari mulut ke mulut ini terjadi karena konsumen berbicara kepada konsumen lain yang berpotensi tentang pengalamannya dalam menerima barang/jasa tertentu.

Berdasarkan analisis terhadap bauran pemasaran di atas, diketahui bahwa dalam sebuah usaha produk, harga, tempat dan promosi saling berhubungan satu sama lain. Namun dari keempat

bauran pemasaran di atas tentunya terdapat komponen yang paling berpengaruh terhadap perkembangan suatu usaha. Menurut analisis penulis, dari keempat bauran pemasaran di atas, komponen yang paling berpengaruh dalam perkembangan suatu usaha adalah promosi.

Promosi menjadi salah satu alat utama yang digunakan agar usaha yang kita jalankan dapat berkembang dan di kenal luas oleh masyarakat. Tanpa promosi yang baik usaha yang kita jalani akan sangat sulit untuk berkembang. Apalagi dengan kecanggihan teknologi saat ini, melalui media social semua dapat dengan mudah melakukan promosi. Dalam pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi, promosi juga merupakan bauran pemasaran yang paling berpengaruh,. Yang mana dalam melakukan promosi, pengelola rumah makan melakukan kerjasama dengan supir-supir bus dan travel yang melintasi jalur trans Kalimantan. Bentuk dari promosi yang diberikan oleh rumah makan adalah dengan memberikan tip dan makan gratis kepada para supir yang membawa penumpangnya singgah. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para supir bus dan travel tersebut. Secara tidak langsung terjadi symbiosis mutualisme, dimana Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi mendapatkan konsumen, sedangkan para supir bus bisa menghemat anggaran konsumsi karena mendapat jatah makan gratis dari rumah makan. Namun apakah produk, harga, dan tempat tidak berpengaruh terhadap perkembangan pemasaran suatu usaha.

Berpengaruh, namun dalam hal ini promosi lebih berpengaruh. Setiap badan usaha harus memiliki produk yang menarik sehingga dapat menarik konsumen. Dalam hal ini produk dari Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi tentunya adalah berbagai jenis makanan dengan citarasa yang tentunya enak. Namun citarasa yang enak apabila tidak diimbangi dengan harga yang sesuai pun belum tentu konsumen akan tertarik. Oleh karena itu penentuan harga hendaknya disesuaikan dengan harga-harga bahan baku tentunya dengan kualitas rasa yang baik. Ketika rasa makanan sudah baik, dan harganya terjangkau namun tempat yang digunakan tidak sesuai, belum tentu juga konsumen tertarik. Maka hendaknya pengelola usaha juga memperhatikan kondisi tempat yang digunakan untuk memasarkan produknya. Tempat yang bersih, rapi, dengan pelayanan yang ramah pasti akan sangat diminati konsumen. Ketika rasa makanan enak, harganya terjangkau, dengan tempat yang bersih, namun pemilik usaha tidak melakukan promosi, maka belum tentu juga ada konsumen yang akan datang. Sebaik apapun rasa, harga, tempat dan pelayanan yang diberikan oleh suatu rumah makan, apalah artinya jika tidak diketahui oleh masyarakat.

Dalam usaha pemasaran Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi bentuk promosi yang paling berpengaruh adalah dengan menjaga hubungan dengan masyarakat (*public relation*). Dengan menjaga hubungan baik dengan para supir bus dan travel maka semakin banyak pula konsumen yang tau tentang keberadaan Rumah Makan Rahayu

Kereng Pangi. Ketika semakin banyak konsumen yang tau, maka akan semakin banyak pula konsumen yang datang, sehingga akan meningkatkan jumlah pendapatan rumah makan. Jika pendapatan rumah makan terus meningkat artinya usaha tersebut telah maju dan berhasil, sehingga dapat menyejahterakan karyawannya.

Berdasarkan hasil analisis di atas diketahui bahwa komponen bauran pemasaran yang paling berpengaruh dalam proses pemasaran suatu produk, khususnya produk dari Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi adalah promosi. Promosi yang baik akan mendatangkan jumlah konsumen yang banyak. Jika makanannya sudah enak, harganya murah, tempatnya juga nyaman namun tidak dipromosikan dengan baik, maka belum tentu ada konsumen yang akan datang. Selanjutnya adalah tempat, karena dengan menyediakan tempat yang bersih dan rapih konsumen akan merasa nyaman dan betah. Walaupun makanannya enak, harganya murah dan promosinya bagus namun tempatnya kotor, tidak banyak juga konsumen yang akan datang. Selanjutnya adalah rasa, dengan cita rasa yang enak akan membuat setiap konsumen ingin kembali membeli. Namun jika harganya murah, tempatnya nyaman, dan promosinya bagus namun rasa makanan yang tidak enak pun bisa dipastikan bahwa tidak ada konsumen yang akan kembali. Yang terakhir adalah harga, karena harga berkaitan dengan isi kantong. Walaupun harga produk mahal dengan kualitas yang bagus namun jika

konsumen tidak dapat menjangkau, makan tidak banyak juga konsumen yang akan membeli.

2. Strategi Pemasaran Usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dalam Perspektif Ekonomi Islam

Berbagai strategi pemasaran dapat dilakukan untuk menarik minat konsumen agar mau membeli produk yang kita jual, dalam hal ini konsumen mau makan di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Namun, dari semua strategi pemasaran yang dapat dilakukan, sebagai seorang muslim tentunya perlu dilihat juga bagaimana strategi tersebut hubungannya dalam perspektif ekonomi Islam.

Berdasarkan teori strategi pemasaran dalam ekonomi Islam yang telah penulis jabarkan dalam bab II disebutkan bahwa strategi pemasaran syari'ah adalah bahwa dalam seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai dari suatu inisiator kepada *stockholder*-nya yang dalam kekeseluruhan prosesnya sesuai dengan akad-akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip muamalah dalam Islam.

Dalam menganalisis data hasil observasi dan hasil wawancara secara konvensional penulis menggunakan teori bauran pemasaran. Selanjutnya penulis pun akan menganalisis data menurut bauran pemasaran ditinjau dari perspektif ekonomi islam.

1) Product

Seperti yang telah penulis paparkan sebelumnya, bahwa *product* (produk) merupakan apa saja yang dapat ditawarkan kepada konsumen agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dalam perspektif syari'ah Islam produk merupakan suatu hal yang penting. Seperti yang kita ketahui bahwa produk dikatakan baik apabila berasal dari bahan yang baik, diperoleh dengan cara yang baik, dan tentunya diolah dengan cara yang baik pula. Islam menekankan bahwa dalam memproduksi suatu produk tidak hanya memperhatikan darimana asalnya, bagaimana cara memperolehnya dan bagaimana cara mengolahnya tetapi juga menekankan pada apa manfaat diproduksinya suatu produk tersebut. Produk yang dihasilkan haruslah dapat memenuhi kebutuhan manusia.

Dalam hal ini, produk yang di tawarkan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi berupa makanan. Dari hasil observasi diketahui beberapa jenis makanan yang ditawarkan terdiri dari soto ayam, soto daging, bakso, nasi pecel, nasi campur, rawon, lalapan ayam, dan lalapan ikan. Selain makanan juga disediakan berbagai jenis minuman antara lain the, jeruk, kopi, dan lain lain. Tidak hanya menawarkan makanan berat, Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi juga menawarkan berbagai jenis makanan ringan dan mi instan.

Berdasarkan pemaparan di atas diketahui bahwa dari jenis makanan dan minuman yang ditawarkan semua termasuk dalam golongan makanan dan minuman yang diperbolehkan untuk dikonsumsi sesuai dengan syari'at Islam. Menurut pengelola Rumah Makan Rahayu Kereng pangi insyaallah dalam proses memperoleh bahan baku, hingga pengolahan produk makanan dan minumannya sesuai dengan syari'at Islam.

Selanjutnya produk dari Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi diproduksi tentunya guna memenuhi kebutuhan konsumennya. Dimana kebutuhan konsumen yang dimaksud adalah dapat memuaskan rasa lapar dan dahaga. Sehingga dari sisi manfaat, produk yang ditawarkan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi telah sesuai dengan maksudnya. Adapun jenis makanan dan minuman yang ditawarkan bermacam-macam guna memberikan alternatif kepada konsumen agar sesuai dengan keinginannya.

Islam juga mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan produk. Dalam segi kualitas jelas diketahui bahwa pengelola Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi selalu berusaha untuk menjaga kualitas produknya dengan senantiasa menjaga citarasa dan kuantitas produknya. Adapun dengan keberadaan produk, konsumen dapat langsung melihat dan memilih produk yang ditawarkan langsung saat itu juga. Dalam beberapa

kesempatan, tak jarang konsumen juga dapat melihat langsung proses pembuatan dari produk yang ditawarkan.

2) *Price*

Dalam perspektif Islam, penentuan harga ditentukan oleh mekanisme pasar, yakni bergantung pada kekuatan permintaan dan penawaran. Jadi tidak diperkenankan mematok harga sesuka hati, juga tidak diperkenankan membanting harga guna menjatuhkan pesaing. Harga yang ditetapkan baiknya disesuaikan dengan ketersediaan barang dan mengikuti harga di pasaran.

Berdasarkan hasil observasi penulis, diketahui bahwa harga yang ditawarkan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi berkisar antara 20-25 ribu rupiah untuk setiap porsi makanan. Harga yang ditawarkan kurang lebih sama dengan rumah makan lain yang juga berada di sepanjang jalur trans Kalimantan. Walaupun ada selisih harga, masih dianggap wajar.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pengelola Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi diketahui bahwa pihak pengelola berusaha menjaga harga produknya tetap stabil dan mengikuti harga pasaran. Adapun jika terjadi lonjakan harga bahan baku di pasar, maka pihak pengelola Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi pun tetap berusaha menjaga harga. Seperti yang telah disampaikan oleh pengelola Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi, bahwa pihaknya berusaha menjaga pelanggan artinya apabila

terjadi lonjakan harga kebutuhan produksi maka pihaknya berusaha tetap menjaga harga dengan tetap mengedepankan kualitas dan kuantitas produknya. Dengan kata lain sedikit dalam mengambil keuntungan, namun bisa jadi konsumen bertambah.

Dari hasil observasi dan wawancara penulis, diketahui juga bahwa pihak pengelola Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi juga tetap memperhatikan harga produk yang sama di pasaran. Walaupun pihaknya mengaku berusaha untuk tidak menaikkan harga, namun apabila memang di lingkungan sekitar harga produk yang sama naik, maka pihaknya pun akan ikut menaikkan harga. Artinya penetapan harga di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi tidak semata-mata berpedoman pada harga bahan baku produksi saja, melainkan juga memperhatikan harga produk yang sama di pasaran. Sehingga tidak terjadi selisih harga yang terlalu jauh.

Pengelola Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi menerapkan Teknik tanggung renteng, yaitu menghitung berapa rata-rata kebutuhan produksi yang dibutuhkan dalam sehari. Sehingga apabila harga bahan baku sedang melonjak, harga jual produk yang ditawarkan tetap stabil. Karena usaha itu tidak berjalan hanya sehari dua hari saja, maka ketika harga yang ditawarkan tergolong murah sehingga keuntungan yang diperoleh sedikit, namun jika hal itu terus dapat dipertahankan, maka pastinya tetap akan mendatangkan keuntungan yang besar. Lebih baik menjual produk

dengan harga standar namun banyak konsumen yang membeli, daripada menjual produk dengan harga mahal tapis sepi konsumen.

Seperti yang sering kita dengar “ada harga ada rupa”. Sebaiknya dalam menentukan harga suatu produk juga disesuaikan dengan kualitas dari produk yang ditawarkan. Jangan sampai menjual produk dengan kualitas rendah namun harganya terlalu tinggi. Hal tersebut termasuk dalam penipuan, dan tentunya Islam melarang hal tersebut. insyaallah harga yang ditawarkan oleh Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi telah sesuai dengan kualitas dan kuantitas produknya, sehingga dalam penetapannya telah disesuaikan dengan syari’at Islam.

3) *Promotion*

Promotion (promosi) merupakan suatu bentuk usaha guna memasarkan suatu produk agar ditahui oleh masyarakat. Dalam Islam perlu memperhatikan metode yang digunakan agar tidak bertentangan dengan syari’at Islam. Adapun bentuk promosi yang dianjurkan adalah bentuk promosi yang mengandung nilai kejujuran, transparan, dan menjelaskan apa adanya.

Setiap bentuk transaksi harus berlandaskan kejujuran. Artinya produsen harus berlaku jujur kepada konsumen, baik dari segi bahan baku produk maupun harga yang ditawarkan. Contohnya, ketika konsumen akan membayar produk yang sudah dipesan. Terkadang harga yang dibayarkan di kasir tidak sesuai dengan

harga yang tertera di daftar menu. Hal ini berarti pengelola usaha berlaku tidak jujur karena memberikan harga yang berbeda dengan harga yang tertera di menu, dengan dalih harga yang di menu belum sempat di ganti. Sebaiknya sebagai pengelola usaha khususnya rumah makan, bersikap jujur dalam menentukan harga kepada konsumennya. Harga yang harus dibayarkan sebaiknya disesuaikan dengan harga yang tertera dalam menu. Jika memang terjadi lonjakan harga bahan baku yang mengharuskan pengelola mengganti harga, sebaiknya harga di menu juga diganti, sehingga konsumen merasa tidak tertipu. Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi telah menerapkan konsep kejujuran tersebut sebagai usaha pemasaran usahanya.

Dalam melakukan usaha pemasaran juga harus transparan. Artinya sebagai pelaku usaha harus terbuka kepada konsumen. Contohnya, banyak rumah makan yang tidak mencantumkan harga dalam daftar menunya sehingga konsumen terkadang akhirnya mengira-ngira sendiri berapa harga makanan dan minuman yang ditawarkan. Sebaiknya sebagai pengelola badan usaha khususnya rumah makan mencantumkan harga makanan dan minuman dalam daftar menunya, sehingga konsumen merasa nyaman dalam menentukan jenis menu yang tentunya sesuai denga isi kantong. Karena tak jarang ditemui kasus dimana pengelola warung / rumah

makan yang sengaja tidak mencantumkan harga dalam daftar menunya, yang pada akhirnya dengan seenaknya memasang harga tinggi pada saat konsumen mau membayar. Dalam hal ini Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sudah mencantumkan harga dalam daftar menunya, sehingga konsumen dapat dengan leluasa memilih menu yang sesuai dengan isi kantongnya.

Memberikan penjelasan apa adanya mengenai produk yang ditawarkan juga menjadi bagian yang utama dalam proses pemasaran usaha. Artinya sebagai pengelola usaha sebaiknya tidak memberikan keterangan yang mengada-ada terkait produk yang ditawarkan. Contohnya, dalam olahan bakso disebutkan bahwa “bakso terbuat dari 99% daging dan 1% tepung” padahal kenyataannya porsi tepung yang digunakan lebih banyak daripada dagingnya. Hal ini bisaanya digunakan dalam promosi guna menarik konsumen. Namun, hal ini jelas merupakan pembohongan publik, dan bukannya mendatangkan lebih banyak konsumen tetapi akan membuat lebih banyak konsumen kecewa. Sebagai konsumen rumah makan tentunya sudah paham betul dengan berbagai jenis makanan yang ditawarkan oleh rumah makan, terlebih jika menu makanan yang ditawarkan merupakan jenis makanan yang mudah ditemui di pasaran. Konsumen dengan sendirinya bisa menilai apakah produk yang ditawarkan ini sesuai dengan yang digaungkan atau tidak. Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa

Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dalam menawarkan produknya tidak memberikan informasi yang berlebihan dan mengada-ada kepada konsumennya.

Dari hasil observasi di lapangan, penulis menjamin bahwa dalam proses pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi tidak terjadi penyimpangan terhadap prinsip-prinsip muamalah. Dalam berdagang Rasulullah SAW mengajarkan lima konsep berdagang yaitu: jujur, ikhlas, profesionalisme, silaturahmi, dan murah hati.

Strategi pemasaran Usaha Rumah Makan Kereng Pangi juga insyaallah sudah sesuai dengan konsep perdagangan yang anut oleh Rasulullah SAW. Pertama adalah jujur. Jujur dalam hal ini pemilik Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi berlaku jujur dengan menyediakan berbagai jenis makanan dengan harga yang terjangkau. Artinya harga yang ditetapkan disesuaikan dengan bahan-bahan yang digunakan, disesuaikan juga dengan kondisi lingkungan, dan daya beli konsumen. Bukan berarti karena Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi yang berada di jalur trans Kalimantan ini menjadikan harga yang ditawarkan juga melambung tinggi dikarenakan menjadi salah satu Rumah Makan yang ramai dikunjungi oleh konsumen.

Kedua adalah ikhlas. Ikhlas dalam hal ini artinya pemilik Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dengan ikhlas menyediakan

segala fasilitas umum seperti toilet yang bersih, lahan parkir yang luas, wifi gratis, dan mushola untuk digunakan oleh para konsumen. Fasilitas disediakan untuk semua konsumen yang singgah di Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi, walaupun dari para konsumen itu ada sebagian yang tidak membeli produk dari Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi.

Ketiga adalah profesionalisme. Dalam hal ini Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi sebagai rumah makan penyedia layanan bersikap profesional dengan menyediakan tidak hanya satu macam menu makanan saja, melainkan menyediakan berbagai macam pilihan menu makanan dan minuman dengan kualitas yang baik. Ditambah dengan pelayanan dari para karyawan yang ramah dan sigap dalam melayani para konsumen. Ketersediaan fasilitas umum seperti toilet, mushola dan lingkungan yang selalu bersih juga merupakan suatu bentuk profesionalisme dari Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi.

Keempat adalah silaturahmi. Silaturahmi disini dapat dilihat dengan adanya hubungan kerjasama yang baik antara pemilik Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dengan para supir bus antar kota antar provinsi, dimana dengan adanya pemberian tip dan makan gratis bagi supir bus yang membawa penumpangnya untuk singgah ke Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi. Artinya pemilik Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi berusaha menjaga silaturahmi

dengan para supir bus antar kota dan antar provinsi tersebut dengan senantiasa memberikan layanan yang terbaik.

Kelima adalah murah hati. Artinya dalam melayani setiap konsumen baik pemilik maupun karyawan Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi selalu bersikap ramah kepada para konsumen, sehingga konsumen juga merasa senang untuk selalu kembali ke Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi ini. Melayani dengan tulus kepada setiap konsumen dengan tidak membedakan konsumen yang datang. Tidak lupa juga pemilik menyisihkan sebagian dari keuntungan yang diperoleh untuk disumbangkan kepada pihak-pihak yang membutuhkan guna kemashalahatan bersama.

Salah satu sikap yang harus dimiliki oleh pebisnis muslim adalah kejujuran. Sikap yang harus dipegang oleh pebisnis dalam proses perniagaan adalah kejujuran. Nilai kejujuran sangat berharga dalam berbagai aspek kehidupan. Kejujuran berkaitan dengan kepercayaan. Konsumen akan percaya apabila produk yang dibuat memiliki kejujuran informasi yang bermanfaat. Melakukan usaha perdagangan berdasarkan pada prinsip kejujuran merupakan titik tolak pemasaran yang syariah.¹⁷³

Berdasarkan analisis penulis di atas dan deskripsi teori pada bab II maka menurut penulis bahwa strategi pemasaran usaha

¹⁷³Nur Wahyu Adi Wijaya, *9 Dari 10 Pintu Rezeki Adalah Berdagang*, Solo: Al Fath Publishing, 2014, h. 72-73.

Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dalam pelaksanaannya telah disesuaikan dengan prinsip-prinsip dasar pemasaran pada umumnya. Strategi pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dilakukan dengan menerapkan konsep 4P yaitu: (1) Product (produk), dengan menyediakan produk makanan yang beragam dan berkualitas. (2) Price (harga), dengan menawarkan harga yang terjangkau. (3) Place (tempat), dengan menyediakan tempat yang nyaman dengan fasilitas yang lengkap. (4) Promotion (promosi), dengan cara menjalin kerjasama dengan para supir bus dan travel yang melintasi jalur trans Kalimantan dengan cara memberikan makan gratis bagi supir yang membawa penumpang.

Sedangkan dalam perspektif Islam, strategi pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi juga telah disesuaikan dengan konsep muamalah yang diajarkan oleh Rasulullah SAW. Jujur dalam berbisnis, mulai dari pemilihan bahan hingga pengolahan makanan, juga dalam penetapan harga. Dengan ikhlas menyediakan fasilitas umum yang dapat digunakan setiap saat oleh para konsumen. Profesionalisme dalam melayani konsumen baik dari segi citarasa, fasilitas, dan pelayanan. Menjaga hubungan silaturahmi dengan masyarakat sekitar, supplier bahan makanan, juga relasi kerja seperti supir bus antar kota antar provinsi, dan tentunya dengan konsumen. Murah hati dalam setiap kesempatan, baik dengan masyarakat sekitar maupun dengan konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil Penelitian dan analisis Penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dilakukan dengan menerapkan konsep 4P yaitu: (1) Product (produk), dengan menyediakan produk makanan yang beragam dan berkualitas. (2) Price (harga), dengan menawarkan harga yang terjangkau. (3) Place (tempat), dengan menyediakan tempat yang nyaman dengan fasilitas yang lengkap. (4) Promotion (promosi), dengan cara menjalin kerjasama dengan para supir bus dan travel yang melintasi jalur trans Kalimantan dengan cara memberikan makan gratis bagi supir yang membawa penumpang.
2. Strategi pemasaran usaha Rumah Makan Rahayu Kereng Pangi dalam perspektif Islam berpegang pada lima konsep muamalah yang diajarkan oleh Rasulullah SAW yaitu: 1) Jujur dalam berbisnis, mulai dari pemilihan bahan hingga pengolahan makanan, juga dalam penetapan harga. 2) Dengan ikhlas menyediakan fasilitas umum yang dapat digunakan setiap saat oleh para konsumen. 3) Profesionalisme dalam melayani konsumen baik dari segi citarasa, fasilitas, dan pelayanan. 4) Selalu menjaga hubungan silaturahmi dengan masyarakat sekitar, supplier bahan makanan, juga relasi kerja seperti supir bus antar kota antar provinsi, dan tentunya

dengan konsumen. 5) Murah hati dalam setiap kesempatan, baik dengan masyarakat sekitar maupun dengan konsumen.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan penulis berdasarkan informasi dan hasil Penelitian yang didapatkan sebagai berikut:

1. Bagi pemilik rumah makan agar dapat terus meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, juga senantiasa menjaga profesionalitas dalam melayani dan memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Bagi pengguna jasa rumah makan agar dapat dengan bijak memberikan kritik dan saran kepada pengelola rumah makan agar dapat menjadi perhatian untuk dapat meningkatkan pelayanannya kepada konsumen.
3. Penulis mengharapkan agar Penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi Penelitian selanjutnya dalam meneliti terkait atau memperdalam substansi Penelitian dengan melihat dari sudut pandang yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Alma, Bukhari, *Kewirausahaan*, Bandung : Alfabeta, 2008.
- Al.-Arif, Rianto, Nur M, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, Jakarta: Alfabeta, 2010.
- Asri Marwan, *Marketing*, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 1991.
- Abidin Zainal Muhammad, *Pengurusan Pemasaran*, Kuala Lumpur: Dewan Bahasa, 1992.
- Ahmad Azhar Basyir, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Grafika, 2006
- Anoraga Pandi, *Management Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta, 1997.
- Assauri Sofyan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Arvik, Havis , *Ekonomi Islam: Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Pemikir Ekonomi Islam dari Abu Ubaid sampai Al-Maududi*, Malang: Empat Dua, 2016
- Bungin, Burhan, *Analisis data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Firdaus Muhammad, *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*, Jakarta: Ranaisan, 2005.
- Hamdani A, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2, Salemba Empat*, 2008.
- Heriyanto, Albentus, Sanjaja B, *Panduan Penelitian*, Jakarta: Prestasi Pustaka, 2011.
- Ibrahim Ahmad, *Manajemen Syariah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.

Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003.

Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015.

Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2016.

Jurnliani, *Bisnis Berbasis Syari'ah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

Kompas, *Rahasia Sukses Wirausaha*, Jakarta: Majalah Kompas, 2007.

Kotler, Philip, *Marketing*, Terjemahan Bahasa Indonesia, Jakarta: Erlangga, 1999.

Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005.

Meleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002.

P, Angipora, Marius, *Dasar-Dasar Pemasarn*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2002.

Proyeksi Penduduk kabupaten/ Kota Provinsi Kalimantan Tengah, 2010-2020, BPS Kota Palangka Raya.

Rismiati, E Catur , *Pemasaran Barang dan Jasa*, Yogyakarta: Kanisius, 2006.

Rangkuti Freddy, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analsis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta: Granmedia Pustaka Utama, 2009.

Simamora, Henry ,*Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: STIE TKPN, 1997.

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Suharsimi, Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Renika Cipta, 1993.

Tjiptono, F, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 2002.

W, Marsum, *Restoran dan Segala Permasalahannya*, Yogyakarta: Andi, 2005

B. Skripsi

Anwar Manan Latif, *Stareti Pemasaran Rumah Makan Wong Solo (Studi Kasus Rumah Makan Wong Solo Cabang Pondok Gede Jakarta Timur)*, Jakarta: Univesitas Islam Negeri Hidayatullah Jakararta, 2009.

Bobi Prawinata, *Strategi Pemasaran Usaha Rumah Makan Ampera Di Pasar Cik Puan Menurut Tinjauan Ekonomi Islam*, Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2012.

Shinta Juniarti, *Strategi Pemasaran Usaha Mikro Keripik Balado Dua Bunda Di Payakumbuh Ditinjau Menurut Ekonomi Islam*, Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2012.